

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ  
ВАЗИРЛИГИ**

**САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ**

**«Иқтисодиёт» кафедраси**

**«БИЗНЕС - РЕЖА»  
ФАНИДАН**

**ЎҚУВ-УСЛУБИЙ МАЖМУА**

**САМАРҚАНД – 2013**

**Абдуллаева З.И. «Бизне-режа». Ўқув-услугий мажмуа. Самарқанд, СамИСИ, 2011 йил, 421 бет**

Ушбу ўқув-услугий мажмуа Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг, "Иқтисодиёт" кафедрасида ишлаб чиқилди. Ушбу ўқув-услугий мажмуада талабалар «Бизне-режа» фанини мустақил ўрганишлари учун барча ўқув-услугий материаллар мавжуд.

Мазкур ўқув-услугий мажмуа олий ўқув юртлирида «Иқтисодиёт» таълим йўналишида таҳсил олаётган талабаларга мўлжалланган. Ундан туризм бўйича касб-хунар коллежлари ўқитувчилари ва сервис соҳасида фаолият кўрсатаётган мутахассислар ҳам фойдаланиши мумкин.

**Тақризчилар:** Абдукаримов Б.А. и.ф.н., проф., "Иқтисодиёт"  
кафедраси мудири

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ўқув – услубий кенгашининг  
10.07. 2013 йил № 12 – сон мажлисида кўриб чиқилди  
ва нашр этишга тавсия қилинди

## ЎҚУВ-УСЛУБИЙ МАЖМУА МУНДАРИЖАСИ

<b>I.</b>	«Бизнес - режа» фанининг ўқув дастури	
<b>II.</b>	«Бизнес - режа» фанининг ишчи дастури	
<b>III.</b>	«Бизнес - режа» фанининг таълим технологияси	
<b>IV.</b>	«Бизнес - режа» фани бўйича масалалар ва машқлар тўплами	
<b>V.</b>	«Бизнес - режа» фанидан тест саволлари	
<b>VI.</b>	«Бизнес - режа» фани бўйича назорат учун саволлар (ЖН,ОН, ЯН)	
<b>VII.</b>	«Бизнес - режа» фани бўйича умумий саволлар	
<b>VIII.</b>	«Бизнес - режа» фани бўйича тарқатма материаллар	
<b>IX.</b>	«Бизнес - режа» фани бўйича глоссарий	
<b>X.</b>	«Бизнес - режа» фани бўйича реферат мавзулари	
<b>XI.</b>	«Бизнес - режа» фанининг ахборот- услубий таъминоти	
<b>XII.</b>	«Бизнес - режа» фани бўйича таянч конспект Power Point дастурида илова қилинади.	
<b>XIII.</b>	«Бизнес - режа» фани бўйича ўқув материаллар (услубий қўлланма)	
<b>XIV.</b>	«Бизнес - режа» фани бўйича хорижий манбалар	
<b>XV.</b>	«Бизнес - режа» фани бўйича мустақил иш мавзулари	
<b>XVI.</b>	«Бизнес - режа» фани бўйича аннотациялар	
<b>XVII.</b>	«Муаллифлар ҳақида маълумот	
<b>XVIII.</b>	«Бизнес - режа» фани бўйича фойдали маслаҳатлар	
<b>XIX.</b>	«Бизнес-режа» фани бўйича норматив хужжатлар	
<b>XX.</b>	«Бизнес-режа» фани бўйича рейтинг (баҳолаш) мезони	

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ  
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

**САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ**

Рўйхатга олинди:

№ \_\_\_\_\_

2013 й. “\_\_” \_\_\_\_\_

“ТАСДИҚЛАЙМАН”

Ўқув ишлари бўйича проректор

\_\_\_\_\_ А.Бектемиров

“\_\_” \_\_\_\_\_ 2013 й.

**БИЗНЕС - РЕЖА  
ФАНИНИНГ  
Ў Қ У В Д А С Т У Р И**

**Билим соҳаси:** 200000 - Ижтимоий соҳа, иқтисод ва ҳуқуқ

**Таълим соҳаси:** 230000 - Иқтисодиёт

**Таълим йўналиши:** 5230100 - Иқтисодиёт (тармоқлар ва соҳалар бўйича)

**САМАРҚАНД - 2013**

Фаннинг ўқув дастури институт Илмий Кенгашнинг 2013\_\_ йил “\_\_” \_\_\_\_\_ даги “\_\_” – сонли мажлис баёни билан маъқулланган.

Фаннинг ўқув дастури Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтида ишлаб чиқилди.

**Тузувчи:**

З.И.Абдуллаева – СамИСИ “Иқтисодиёт” кафедраси катта ўқитувчиси

**Тақризчилар:**

Э.С.Файзиев – СамИСИ “Иқтисодиёт” кафедраси катта ўқитувчиси, и.ф.н.

Т.С.Шарипов – СамИСИ “Иқтисодиёт” кафедраси доцент в.б., и.ф.н.

Фаннинг ўқув дастури Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти Илмий-услубий Кенгашида кўриб чиқилган ва тавсия этилган (201\_\_ йил “\_\_” \_\_\_\_\_ даги “\_\_” – сонли баённома).

## *Кириш*

Ушбу дастур иқтисодий фанлар олдига ҳозирги замон талаблари асосида соҳа учун етук мутахассислар тайёрлаш мақсадидан келиб чиққан ҳолда ишлаб чиқилган.

Бозор иқтисодиёти шароитларида ишлаб чиқариш фаолияти билан шуғулланувчи ҳар бир корхона кўп сонли ва турли муаммоларга дуч келиб, улардан бири хўжалик юритиш тизимида ўзига муносиб ўрин эгаллаш ҳисобланади.

Бу вазифани корхона (фирма) ўз олдига аниқ ва равшан ишлаб чиқариш ғоясини: нимани, қачон ва қанча ишлаб чиқаришни белгилаб қўйган ҳолдагина муваффақиятли ҳал қилиш мумкин. Ушбу саволларга берилган ижобий жавоб корхонанинг қайси тармоққа мансублиги, мулкчилик шакли, куч-қуввати ва бошқа белгиларидан қатъи назар, унинг яратилиши ва келгусида муваффақиятли фаолият кўрсатишига асос бўла олади. Ғояни

реал воқеликка айлантириш учун у корхона маҳсулотлари ёки хизматларига буюртмалар олиш тизими билан кучайтирилиши лозим. Белгиланган ишлаб чиқариш фаолияти барча турдаги - моддий, меҳнат, молиявий ресурслар, шунингдек, ишлаб чиқариш қуввати билан таъминланиши зарур. Бунда маҳсулотни ишлаб чиқаришига эмас, балки унинг сотилишини таъминлаш, яъни сотув каналларини излаб топиш ҳам муҳим аҳамият касб этади, корхонанинг маркетинг стратегияси ҳиссаси катта бўлади.

Бизнес-режа юқорида айтиб ўтилган ва шу каби бошқа вазифаларни ҳал қилишга хизмат қилади. У бир томондан корхона имкониятларини аниқ ва тўғри баҳолашга имкон берса, бошқа томондан муваффақиятга ва режалаштирилган ишнинг даромадлилигига умид қилишга имкон беради. Амалиётнинг кўрсатишича, пухта ишлаб чиқилган бизнес-режа рақобатбардошлик шароитларида корхоналарнинг ишлаб чиқариш ва молиявий жиҳатдан барқарорлигини таъминлаб, бозордан ўзига муносиб ўрин эгаллашига имкон яратади.

### **Фаннинг мақсад ва вазифалари**

Фаннинг мақсади – талабаларга бизнес-режани бизнес юритиш стратегияси ва тактикасини белгиловчи ҳужжат сифатида ишлаб чиқиш ва амалга ошириш бўйича билимлар мажмуини шакллантиришдан иборат.

“Бизнес-режа” фанининг асосий вазифалари:

- талабаларга бизнес-режалаштириш, режалаштириш технологиясининг замонавий услублари ва амалиётини ўрганиш; бизнес-режанинг тузилмаси ва мазмунини белгилаш; бизнес-режа бўлимларининг режалаштириш услубларини

ўрганиш; бизнес-режани илгари суриш механизмини ўрганиш; бизнес-режанинг самарадорлигини баҳолаш услубиятини ўрганиш.

### **Фан бўйича талабанинг малакасига қўйиладиган талаблар**

Талабалар “Бизнес-режа” фанини ўрганиш жараёнида қуйдагиларни бажара олиши лозим:

- иқтисодиёт ва унинг тармоқ (соҳа)ларининг ривожланиш қонунлари, қонуниятлари, иқтисодий муносабатларни мазмун ва моҳиятини мукамал билиш ва улардан фойдаланиш;

- ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш комплексида сервис ва хизматлар соҳаси бўйича техник иқтисодий лойиҳаларни ишлаб чиқиш, асослашни билиш;

- илғор замонавий технологияларни билиши ва қўллаш олиш;

- ташкилий техниканинг илғор намуналарини билиши ва қўллаши жараёнларни кузатиш, вазиятни баҳолай олиш;

- бошқарувнинг намунавий методика бўйича илмий-амалий тадқиқини олиб бориш;

- прогнозлаш ва режалаштиришни назарий – методологик асосларини, уларга қўйиладиган талабларни, қоидаларни амалиётга қўллаш кўникмаларига эга бўлиш;

- статистик ҳисоботларни тузиш, корхона, ташкилотлар, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари фаолиятини таҳлил қилиш усул ва услубларини билиш;

- таълим соҳасида: узлуксиз таълим муассасаларида ўқув жараёнини ташкил этиш ва ўтказилишига кўмаклашиш (ўқув персонали), тадқиқотларда иштирок этиш, маълумотларни тўплаш, умумлаштириш ва таҳлил этиш, касб-ҳунар таълим муассасаларида ўқув машғулотларини ўтказиш, замонавий педагогик ва ахборот технологияларни эгаллаш ва тадбиқ этишни билиш;

- ўз билими ва кўникмасини эгаллаган лавозимида мустақил фаолият кўрсатиш талабларига ва профессионализм компетенцияларига эга бўлиши керак;

- иқтисодиёт ва унинг тармоқ (соҳа)ларининг ривожланиш қонунлари, қонуниятлари, иқтисодий муносабатларни мазмун ва моҳиятини мукамал билиш ва улардан фойдаланиш;

- ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш комплексида сервис ва хизматлар соҳаси бўйича техник иқтисодий лойиҳаларни ишлаб чиқиш, асослашни билиш;

- талаба бизнес-режани тузиш усулларини билиши керак;

- талаба бизнес-режа турлари ҳақида кўникмаларига эга бўлиши керак;

- талаба бизнес-режа ҳар бир бўлимини тузиш бўйича малакага эга бўлиши керак;

- ахборотни тўплаш, сақлаш, ишлов бериш, таҳлил қилиш ва унумли фойдаланиш методларини эгаллаш, ўз касбий фаолиятида мустақил тарзда асосли бир қарорга кела олиш;

- янги билимларни мустақил ўзлаштира олиши, такомиллаштириши ва ўз меҳнатини илмий асосда ташкил этиш малакаларини эгаллаши лозим.

### **Ўқув режадаги бошқа фанлар билан боғлиқлиги**

Ушбу курс иқтисодиёт назарияси; микро-макроиқтисодиёт; корхона иқтисодиёти; ички савдо иқтисодиёти; маркетинг; менежмент; логистика; бухгалтерия ҳисоби; иқтисодий таҳлил; аудит; статистика; молия, пул муомаласи ва кредит; солиқ ва солиққа тортиш; суғурта ҳамда бошқа иқтисодиётга оид шу каби фанлар билан узвий алоқадорликда ўрганилади.

Фаннинг узвий кетма-кетликда ўрганилиши назарий масалаларни олдин ёритилиши, кейин уларни амалиётга боғланиши ва мавзуларни дастурда узвий кетма-кет жойлаштирилиши билан белгиланади.

### **Фанни ўқитишда замонавий ахборот ва педагогик технологиялар**

Фанни ўқитишда бугунги кун талабларидан келиб чиққан ҳолда инновацион педагогик технологиялардан («Маъруза», «Блиц-сўров», «Ақлий ҳужум», «Баҳс-мунозара», «Инсерт», «Фикр, сабаб, мисол, умумлаштириш (ФСМУ)», «Танишув», «Тушунчалар таҳлили», «Аниқ вазият, ҳодиса (кейс-стади)», «Тармоқлар (кластер)», «Конверт» ва «Қандай» техникаси, «Чархпалак», «Бу меранг», «Резюме», «Муаммо», «Пинборд» техникаси, «Т-схемаси» техникаси, «Инструкция бериш», «Кузатиш, баҳслашиш, ишонтириш (КБИ)», «Парадокслар усули», «Ташвиқот гуруҳи», «Амалиётда жамоавий ижодий ишлар», «Сценарий (сахна)», «Намойиш этиш», «Кутиш ҳамроҳи» ва «Чизмали органайзерлар» техникаси, «Тақдимот», «Жадваллар», «Кичик гуруҳларда ишлаш», «Давра суҳбати», «Давра столи», «Лойиха», «Зигзаг» техникаси, «Машқ бажариш», «Савол-жавоб», «Ҳамкорликда ўқиш», «Б.Б.Б.» техникаси, «Каскад», «Балиқ скелети» техникаси, «Эксперт сўрови» методи ва ҳоказо) кенг фойдаланиш билан биргаликда янги хорижий адабиётлар ва Интернет тармоғи маълумотларидан фойдаланилади.

### **Фанни ўқитишда ахборот ва педагогик технологиялар**

*Ўқув жараёни билан боғлиқ таълим сифатини белгиловчи ҳолатлар қуйидагилар: юқори илмий-педагогик даражада дарс бериш, муаммоли маърузалар ўқиш, дарсларни савол-жавоб тарзида қизиқарли ташкил қилиш, илгор педагогик технологиялардан ва мультимедиа қўллан-малардан фойдаланиш, тингловчиларни ундайдиган, ўйлантирадиган муаммоларни улар олдига қўйиш, талабчанлик, тингловчилар билан индивидуал ишлаш, ижодкорликка ундаш, эркин мулоқот юритишга, ижодий фикрлашга ўргатиш, илмий изланишга жалб қилиш ва бошқа тадбирлар таълим устуворлигини*

таъминлайди. Айтилганлардан келиб чиқган ҳолда «бизнес-режа» фани бўйича таълим технологиясини лойиҳалаштиришидаги асосий концептуал ёндошувларни келтирамиз:

**Шахсга йўналтирилган таълим.** Бу таълим ўз моҳиятига кўра таълим жараёнининг барча иштирокчиларини тўлақонли ривожланишларини кўзда туттади. Бу эса таълимни лойиҳалаштирилаётганда, албатта, маълум бир таълим олувчининг шахсини эмас, аввало, келгусидаги мутахассислик фаолияти билан боғлиқ ўқини мақсадларидан келиб чиқган ҳолда ёндошилишни назарда туттади.

**Тизимли ёндошув.** Таълим технологияси тизимнинг барча белгиларини ўзида мужассам этмоғи лозим: жарённинг мантиқийлиги, унинг барча бўгинларини ўзаро боғланганлиги, яхлитлиги.

**Фаолиятга йўналтирилган ёндошув.** Шахснинг жараёнли сифат-ларини шакллантиришга, таълим олувчининг фаолиятни активлаштириши ва интенсифлаштириши, ўқув жарёнида унинг барча қобилияти ва имкониятлари, ташаббускорлигини очишга йўналтирилган таълимни ифодалайди.

**Диалогик ёндошув.** Бу ёндошув ўқув жараёни иштирокчиларнинг психологик бирлиги ва ўзаро муносабатларини яратили заруриятини билдиради. Унинг натижасида шахснинг ўз-ўзини фаоллаштириши ва ўз-ўзини кўрсата олиши каби ижодий фаолияти кучаяди.

**Ҳамкорликдаги таълимни ташиқил этиши.** Демократлилик, тенглик, таълим берувчи ва таълим олувчи ўртасидаги субъектив муносабатларда ҳамкорликни, мақсад ва фаолият мазмунини шакллантиришда ва эришилган натижаларни баҳолашда биргаликда ишлашни жорий этишга эътиборни қаратиши зарурлигини билдиради.

**Муаммоли таълим.** Таълим мазмунини муаммоли тарзда тақдим қилиши орқали таълим олувчи фаолиятини активлаштириши усулларидан бири. Бунда илмий билимни объектив қарама-қаршилиги ва уни ҳал этиши усулларини, диалектик мушоҳадани шакллантириши ва ривожлантиришини, амалий фаолиятга уларни ижодий тарзда қўллашни мустақил ижодий фаолияти таъминланади.

**Ахборотни тақдим қилишнинг замонавий воситалари ва усулларини қўллаш** – янги компьютер ва ахборот технологияларини ўқув жараёнига қўллаш.

**Ўқитишнинг усуллари ва техникаси.** Маъруза (кириши, мавзуга оид, визуаллаш), муаммовий усул, кейс-стади, пинборд, парадокслар ва лойиҳалар усуллари, амалий ишлаш усули.

**Ўқитишни ташиқил этиши шакллари:** диалог, полилог, мулоқот ҳамкорлик ва ўзаро ўрганишга асосланган фронтал, коллектив ва гуруҳ.

**Ўқитиши воситалари** ўқитишнинг анъанавий шакллари (дарслик, маъруза матни) билан бир қаторда - компьютер ва ахборот технологиялари.

**Коммуникация усуллари:** тингловчилар билан оператив тесқари алоқага асосланган бевосита ўзаро муносабатлар.

**Тесқари алоқа усуллари ва воситалари:** кузатиши, блиц-сўров, оралиқ ва жорий ва яқунловчи назорат натижаларини таҳлили асосида ўқитиши

диагностикаси.

**Бошқариш усуллари ва воситалари:** ўқув машғулоти бошқичларини белгилаб берувчи технологик карта кўринишидаги ўқув машғулотларини режаслаштириш, қўйилган мақсадга эришишида ўқитувчи ва тингловчининг биргаликдаги ҳаракати, нафақат аудитория машғулотлари, балки аудиториядан ташиқари мустақил ишларнинг назорати.

**Мониторинг ва баҳолаш:** ўқув машғулотида, бутун курс давомида ҳам ўқитишининг натижаларини режаси тарзда кузатиб бориш. Курс охирида тест топшириқлари ёрдамида тингловчиларнинг билимлари баҳоланади.

### **Асосий қисм: Фаннинг услубий жиҳатдан узвий кетма-кетлиги**

Асосий қисмда (маъруза) фанни мавзулари мантиқий кетма-кетликда келтирилади. Ҳар бир мавзунинг моҳияти асосий тушунчалар ва тезислар орқали очиқ берилди. Бунда мавзу бўйича талабаларга ДТС асосида етказилиши зарур бўлган билим ва кўникмалар тўла қамраб олиниши керак.

Асосий қисм сифатига қўйилдиган талаб мавзуларнинг долзарблиги, уларнинг иш берувчилар талаблари ва ишлаб чиқариш эҳтиёжларига мослиги, мамлакатимизда бўлаётган ижтимоий-сиёсий ва демократик ўзгаришлар, иқтисодий эркинлаштириш, иқтисодий-ҳуқуқий ва бошқа соҳалардаги ислохотларнинг устувор масалаларини қамраб олиши ҳамда фан ва технологияларнинг сўнгги ютуқлари эътиборга олиниши тавсия этилади.

Фаннинг узвий кетма-кетликда ўрганилиши назарий масалаларни олдин ёритилиши, кейин уларни амалиётга боғланиши ва мавзуларни дастурда узвий кетма-кет жойлаштирилиши билан белгиланади.

### **Фаннинг назарий машғулотлари мазмуни**

**Бозор иқтисоди ва бизнес.** Бозор иқтисодиёти, буйруқбозлик иқтисодиёти ва аралаш иқтисодиётининг белгилари ва фарқли томонлари. Бозор иқтисодиётининг хусусиятлари. Бизнес тамойиллари. Бизнес ва тадбиркорлик. Бизнес – бозор иқтисодиётининг устувор соҳаси. Бизнеснинг мақсади. Ўзбекистонда кичик бизнесни ривожлантириш. Ишлаб чиқаришда нодавлат секторни тутган ўрни. Бизнес ва аҳоли бандлиги. Иқтисодиётни глобаллаштириш ва илмий техник тараққиётни ривожланиши. Кичик бизнеснинг ривожланиш кўрсаткичлари. Ўзбекистон Республикаси Президентининг кичик бизнесни қўллаб-қувватлашга доир Фармонлари ва Қарорлари. ЯИМ да кичик бизнеснинг улуши. Ўзбекистонда ташкилий-ҳуқуқий шаклни ўзгартирган корхоналар. Корхоналарни молиявий барқарорлиги.

**Бозор иқтисоди шароитида режалаштириш ва башоратлаш.** Режалаштириш ва башорат қилиш тушунчалари. Корхона(фирма)да режалаштириш тизими. Нима ишлаб чиқариш, кимга ва қанча ишлаб чиқариш. Экстраполяция, мантиқий таҳлил, иқтисодий-математика, экспертлик баҳолаш, корреляцион ва бошқа режалаштириш усуллари. Бозор иқтисодиёти шароитида режалаштириш ва прогнозлашнинг объектив зарурияти. Режалаштириш ва прогнозлашнинг мақсади, функциялари ва вазифалари. Иқтисодий таҳлилнинг вазифалари. Бир мақсадли прогнознинг вазифаси. Режалаштириш ва прогнозлашнинг норматив асоси. Норматив ва норматив тушунчалари, асосий гуруҳлари ва ҳўжалик бошқарувида тутган ўрни. Норматив асоснинг таснифланиши ва мақсадлари.

**Корхона фаолиятида бизнес-режалаштириш.** Корхона ва унинг ишлаб чиқариш фаолияти - режалаштириш объекти сифатида. Стратегик режалаштириш жараёни. Стратегик мақсадни танлаш. Стратегик мақсадларга таянган моддий, молиявий ва меҳнат ресурсларини шакллантириш. Илмий асосланган режалаштириш. Режалаштиришнинг иккита асосий муаммолари. Режалаштиришнинг миқдор ва сифат, ҳажм ва солиштирма кўрсаткичлари. Бозор муносабатлари шароитида корхона фаолиятини режалаштириш ва тартибга солиш. Тартибга солишнинг мақсадлари. Жорий фаолиятни тартибга солиш. Давлат томонидан тартибга солишнинг асосий йўналишлари.

**Корхонанинг бизнес-режаси.** Бизнес-режанинг функциялари бўйича иқтисодчиларнинг турли қарашлари. Бизнес-режанинг моҳияти ва вазифалари. Бизнес-режаларнинг аҳамияти ва зарурияти. Бизнес-режа - янги бизнеснинг юраги, ҳўжалик бошқарувининг воситаси. Бизнес-режани тайёрлаш босқичлари. Бизнес-режанинг лойиҳа варианты. Бизнес режани расмийлаштириш ва тасдиқлаш. Расмий ва ишчи бизнес-режа. Корхона миссияси. Корхона этикаси. Корхона танлаб олган қадриятлар йўналиши. Бизнес-режа мақсадларини ишлаб чиқиш. Мақсаднинг бизнес тизимидаги бешта функцияси. Мақсадларнинг мазмуни ва шаклига қўйиладиган талаблар. Бизнес-режанинг ахборотлар манбаи. Бизнес-режа тузилмасини танлаш.

**Бизнес-режанинг асосланганлиги ва ишончлилиги.** Бизнес-режани ишлаб чиқишни бошқаришнинг зарурати. Бизнес-режани тузишда раҳбарнинг роли. Бизнес-режани ишлаб чиқиш муддатлари. Бизнес-режани ресурслар билан таъминланганлиги. Корхона ходимларнинг малакаси ва касбий кўникмалар. Бизнесни суғурталаш. Бизнес-режанинг муваффақиятини омиллари. Моддий ресурслар иқтисоди. Ресурс билан таъминлашда талаб қилинадиган билимлар. Ҳўжуқий таваккалчиликлар. Ишлаб чиқариш таваккалчиликлари. Маркетинг таваккалчиликлари. Молиявий, инновацион, ижтимоий таваккалчилик. Таваккалчилик оқибатларини объектив ўлчаниши ва қиймат баҳосига эга бўлишининг зарурати.

**Корхонанинг тавсифланиши.** Бизнес-режа титул варағи. Бизнес-режанинг кириш қисми. Резюме. Корхонанинг тармоқдаги ва бозордаги ҳолати таҳлили. Тармоқни тавсифлаш. Тадбиркорлик фаолияти соҳасини танлашнинг асосий омиллари. Корхонани баҳолаш. Бозорни ва асосий рақобатчиларни таҳлил қилиш. Корхона тавсифномаси SWOT- таҳлил. Корхона ва унинг рақобатчиларининг кучли ва заиф томонлари таҳлили

**Корхона маҳсулотини тавсифлаш.** Маҳсулотнинг умумий тавсифи ва уни баҳолаш. Маҳсулотни баҳолаш усуллари. Маҳсулотнинг иқтисодий кўрсаткичлари. Товар қондирувчи эҳтиёжлар. Сифат кўрсаткичлари. Товарнинг ташқи безалиши. Экспорт кўрсаткичлари ва унинг имкониятлари. Маҳсулотни такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари. Маҳсулот (товар)нинг ҳаётийлик даври кўрсаткичлари. Эҳтиёжларни қондириш воситаси. Бозорнинг асосий қонунлари. Бозорда рақобат ва рақобатбардошлик. Янги маҳсулотни тавсифлаш ва бошқа маҳсулотлар билан таққослаш. Патент ҳуқуқлари. Маҳсулотнинг кучли ва заиф томонлари.

**Корхонанинг маркетинг режаси.** Маркетинг режаси бўлимининг аҳамияти. Замонавий маркетингни ташкил қилиш ва уни комплекс ўрганиш. Маркетингнинг таҳлилий функцияси. Маркетингнинг бошқарув ва назорат функцияси. Маркетинг стратегияси. Товар сиёсати. Баҳо(нарх) сиёсати. Сотиш сиёсати. Коммуникатив (ахборот алмашинуви) сиёсати. Маркетинг бюджети. Оммавий маркетинг. Дифференциал маркетинг. Йўналтирилган маркетинг. Ассортимент сиёсати. Янги маҳсулотни яратиш. Маҳсулот сифати соҳасидаги корхона стратегияси. Дизайн стратегияси. Товарнинг бозор атрибутлари (белгилари). Сервис хизматини ташкил этиш стратегияси. Бозорни ва сотувни тадқиқ қилиш. Бозор сигимини баҳолаш. Бозорни сегментлаш. Бозор ўзгаришлари ва ривожланиш тенденциялари таҳлили, хусусан, иқтисодий, фан-техника, демографик, экологик, қонунчилик ва бошқа омилларни таҳлил қилиш. Бозор тузилмасини ўрганиш. Сотув ҳажмини башорат қилиш. Корхонанинг баҳо стратегияси. Баҳони шакллантириш усулини танлаш. Корхонанинг баҳо тактикаси. Баҳони бозор суғуртасини (кафолатини) таъминлаш. Фирма стили. Маркетинг коммуникациялари комплекси: реклама, сотувни рағбатлантириш, шахсан сотиш, жамоатчилик билан ишлаш, тўғридан-тўғри маркетинг, спонсоринг, маҳсулот-плейсмент, брэндинг.

**Ишлаб чиқариш режаси.** Ишлаб чиқариш режасининг мазмуни, мақсади ва вазифалари. Ишлаб чиқариш дастури. Ишлаб чиқариш технологияси. Ишлаб чиқариш кооперацияси. Ишлаб чиқариш жараёни назорати. Атроф муҳит муҳофазаси тизими. Харажатлар башорати. Ишлаб чиқариш режасининг кўрсаткичлар тизими. Ялпи маҳсулот, товар маҳсулот ва тугалланмаган ишлаб чиқаришнинг ҳажми. Ишлаб чиқариш режасини ишлаб чиқариш қувватлари билан таъминланиши. Ишлаб чиқариш режасининг ресурслар билан таъминланганлиги. Ресурслардан фойдаланишни баҳолаш. Ишлаб чиқаришда ресурсларга талабни аниқлашнинг норматив, статистик ва эмпирик усуллари. Киришдаги, чиқишдаги, ўртача йиллик ва лойиҳа қуввати. Моддий захираларни

аниқлаш. Айланма маблағлар таркиби, айланиши ва кўрсаткичлари. Айланма маблағларга бўлган эҳтиёж.

**Ташкилий режа ва менежмент.** Ташкилий режанинг мазмуни, мақсади ва вазифалари. Корхонанинг кадрлар сиёсати. Ташкилий тузилма. Кадрлар салоҳияти. Кадрларни малакаси ва касбий кўникмаларининг даражаси. Ташкилий режанинг менежментга бўлган талаблари. Бошқарув командаси. Ишлаб чиқариш кучларини жойлаштириш. Персонални бошқариш. Бизнес-режанинг ишбилармонлик жадвали. Бошқарувни ташкил этиш. Ходимларнинг ҳуқуқлари ва мажбуриятлари. Бизнес-режани амалга ошириш бўйича корхонадаги бўлимларнинг ўзаро ҳаракатини ташкил этиш ва тартибга солиш. Бошқаришни ташкил этиш.

**Корхонанинг молиявий режаси.** Молиявий режанинг аҳамияти, мазмуни ва асосий бўлимлари. Маҳсулот сотиш ҳажмини башоратлаш. Даромад ва харажатлар баланси. Актив ва пассивлар баланси. Молиявий режа сифатига таъсир этувчи омиллар. Молиявий режани ишлаб чиқиш муддати ва давомийлиги. Ишлаб чиқариш харажатлари, солиқ ва тўловлар. Корхона фаолиятининг молиявий натижалари. Корхонанинг молиявий барқарорлиги кўрсаткичлари. Корхонада фойдани шакллантириш ва тақсимлаш. Молиялаш стратегияси. Корхонани зарарсиз ишлаши. Корхона салоҳияти. Пул оқимларини ўзлаштириш.

**Бизнес-режанинг самарадорлигини баҳолаш.** Бўлимнинг аҳамияти ва асосий қисмлари. Вақт бўйича пул қийматини ҳисобга олиш. Пулнинг истеъмол ва реал қийматини ҳисоблаш. Самарадорликни баҳолаш кўрсаткичлари ва уларни ҳисоблаш услублари. Инфляцияни баҳолаш. Дисконтлаш ставкаси. Дисконтлаш коэффициенти. Реал инвестициялар самарадорлигини баҳолаш тамойиллари. Соф келтирилган (дисконтланган) даромад. Даромадлилик индекси. Ички даромадлилик нормаси. Харажатларнинг қопланиш даври.

### **Амалий (семинар) машғулотларнинг тавсия этиладиган мавзулари**

**Бозор иқтисоди ва бизнес.** Бозор иқтисодиёти, буйруқбозлик иқтисодиёти ва аралаш иқтисодиётининг белгилари ва фарқли томонлари. Бозор иқтисодиётининг хусусиятлари. Бизнес тамойиллари. Бизнес ва тадбиркорлик. Бизнес – бозор иқтисодиётининг устивор соҳаси. Бизнеснинг мақсади. Ўзбекистонда кичик бизнесни ривожлантириш. Ишлаб чиқаришда нодавлат секторни тутган ўрни. Бизнес ва аҳоли бандлиги. Иқтисодиётни глобаллаштириш ва илмий техник тараққиётни ривожланиши. Кичик бизнеснинг ривожланиш кўрсаткичлари. Ўзбекистон Республикаси Президентининг кичик бизнесни қўллаб-қувватлашга доир Фармонлари ва Қарорлари. ЯИМ да кичик бизнеснинг улуши. Ўзбекистонда ташкилий-ҳуқуқий

шаклни ўзгартирган корхоналар. Корхоналарни молиявий барқарорлиги.

**Бозор иқтисоди шароитида режалаштириш ва башоратлаш.** Режалаштириш ва башорат қилиш тушунчалари. Корхона(фирма)да режалаштириш тизими. Нима ишлаб чиқариш, кимга ва қанча ишлаб чиқариш. Экстраполяция, мантиқий таҳлил, иқтисодий-математика, экспертли баҳолаш, корреляцион ва бошқа режалаштириш усуллари. Бозор иқтисодиёти шароитида режалаштириш ва прогнозлашнинг объектив зарурияти. Режалаштириш ва прогнозлашнинг мақсади, функциялари ва вазифалари. Иқтисодий таҳлилнинг вазифалари. Бир мақсадли прогнознинг вазифаси. Режалаштириш ва прогнозлашнинг норматив асоси. Норма ва норматив тушунчалари, асосий гуруҳлари ва ҳўжалик бошқарувида тутган ўрни. Норматив асоснинг таснифланиши ва мақсадлари.

**Корхона фаолиятида бизнес-режалаштириш.** Бозор иқтисодиетидаги утиш шароитида корхона фаолиятида режалаштиришнинг урни ва ахамиятини етказиш. Бизнес - режа хақида тушунча бериш. Унинг зарурияти ва нима сабабдан унга эътибор қаратишни лозимгини асослаш.

**Корхонанинг бизнес-режаси.** Тадбиркор турлари буйича бизнес-режа тузиш учун зарур булган маълумотларни ўрганиш, улардан фойдаланиш тартиби, таҳлил қилиши ва амалиётда қандай кулланилиши хақида керакли маълумотларни бериш.

**Бизнес-режанинг асосланганлиги ва ишончилиги.** Бизнес-режани ишлаб чиқишни бошқаришнинг зарурати. Бизнес-режани тузишда раҳбарнинг роли. Бизнес-режани ишлаб чиқиш муддатлари. Бизнес-режани ресурслар билан таъминланганлиги. Корхона ходимларнинг малакаси ва касбий кўникмалар. Бизнесни суғурталаш. Бизнес-режанинг муваффақиятини омиллари. Моддий ресурслар иқтисоди. Ресурс билан таъминлашда талаб қилинадиган билимлар. Ҳуқуқий таваккалчиликлар. Ишлаб чиқариш таваккалчиликлари. Маркетинг таваккалчиликлари. Молиявий, инновацион, ижтимоий таваккалчилик. Таваккалчилик оқибатларини объектив ўлчаниши ва қиймат баҳосига эга бўлишининг зарурати.

**Корхонанинг тавсифланиши.** Бизнес-режа титул варағи. Бизнес-режанинг кириш қисми. Резюме. Корхонанинг тармоқдаги ва бозордаги ҳолати таҳлили. Тармоқни тавсифлаш. Тадбиркорлик фаолияти соҳасини танлашнинг асосий омиллари. Корхонани баҳолаш. Бозорни ва асосий рақобатчиларни таҳлил қилиш. Корхона тавсифномаси SWOT- таҳлил. Корхона ва унинг рақобатчиларининг кучли ва заиф томонлари таҳлили.

**Корхона маҳсулотини тавсифлаш.** Маҳсулотнинг умумий тавсифи ва уни баҳолаш. Маҳсулотни баҳолаш усуллари. Маҳсулотнинг иқтисодий кўрсаткичлари. Товар қондирувчи эҳтиёжлар. Сифат кўрсаткичлари. Товарнинг ташқи безалиши. Экспорт кўрсаткичлари ва унинг имкониятлари. Маҳсулотни такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари. Маҳсулот (товар)нинг ҳаётийлик даври кўрсаткичлари. Эҳтиёжларни қондириш воситаси. Бозорнинг асосий

қонунлари. Бозорда рақобат ва рақобатбардошлик. Янги маҳсулотни тавсифлаш ва бошқа маҳсулотлар билан таққослаш. Патент ҳуқуқлари. Маҳсулотнинг кучли ва заиф томонлари.

**Корхонанинг маркетинг режаси.** Бизнес режани «Маркетинг» булимани тузиш учун зарур булган маълумотлар олиш манбалари улардан фойдаланиш тартиби, таҳлил қилиши ва амалиётда қандай қулланилиши ҳақида керакли маълумотларни бериш.

**Ишлаб чиқариш режаси.** Бизнес режани «Ишлаб чиқариш режаси» булимани тузиш учун зарур булган маълумотлар олиш манбалари улардан фойдаланиш тартиби, таҳлил қилиши ва амалиётда қандай қулланилиши ҳақида керакли маълумотларни бериш.

**Ташкилий режа ва менежмент.** Бизнес режани «Ташкилий режа ва менежмент» булимани тузиш учун зарур булган маълумотлар олиш манбалари улардан фойдаланиш тартиби, таҳлил қилиши ва амалиётда қандай қулланилиши ҳақида керакли маълумотларни бериш.

**Корхонанинг молиявий режаси.** Бизнес режани «Молиявий режа» булимани тузиш учун зарур булган маълумотлар олиш манбалари улардан фойдаланиш тартиби, таҳлил қилиши ва амалиётда қандай қулланилиши ҳақида керакли маълумотларни бериш.

**Бизнес-режанинг самарадорлигини баҳолаш.** Бизнес режани «Лойҳа самарадорлиги булими» буйича тузиш учун зарур булган маълумотлар олиш манбалари улардан фойдаланиш тартиби, таҳлил қилиши ва амалиётда қандай қулланилиши ҳақида керакли маълумотларни бериш.

### **Мустақил таълимни ташкил этишнинг шакли ва мазмуни**

Мустақил ишни ташкил этишда қуйидаги шакллардан фойдаланилади: айрим назарий мавзуларни ўқув адабиётлари ёрдамида ўзлаштириш; амалий машғулотлар учун топширилган, мавзуга доир масалалар, кейс-стади ва ўқув лойиҳаларини Ахборот ресурс маркази манбалари ҳамда изланиш объекти бўлмиш корхона ва ташкилотларнинг ижтимоий-иқтисодий кўрсаткичлари ҳамда Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика Қўмитаси маълумотларини тўплаган ҳолда бажариш; илмий-амалий анжуманларга маъруза тезислари ва илмий мақолаларни тайёрлаш.

*Талаба мустақил ишни тайёрлашда муайян фаннинг хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда қуйидаги шакиллардан фойдаланиш тавсия этилади:*

▪ *вазирликлар ва идораларнинг тегишли расмий ҳужжатларини (йўриқ хатлари, низомларни) мустақил ўзлаштириш;*

▪ *фан мавзуларига тааллуқли Президент фармонлари ва қарорларини мустақил ўрганиш;*

- фан мавзуларига оид Ўзбекистон Республикаси қонунлари ва қонуний хўжжатларни мустақил урганиши;
- дарслик ва ўқув қулланмалар бўйича фан боблари ва мавзуларини ўрганиши;
- тарқатма материаллар бўйича маърузалар қисмини ўзлаштириши;
- махсус адабиётлар бўйича фанлар булимлари ёки мавзулари устида ишлаш;
- янги техника ва технологияларни ўрганиши;
- талабанинг ўқув-илмий-тадқиқот ишларини бажариши билан боғлиқ бўлган фанлар бўлимлари ва мавзуларни чуқур ўрганиши;
- интернет саҳифаларидан тегишли ахборотларни, маълумотларни таҳлил қилиши;
- Ўзбекистон Республикаси Статистика қумитаси маълумотларини, корхона ва ташкилотларнинг статистик ва бухгалтерия ҳисоботларни мустақил таҳлил қилиши ва бошқа ўқитувчининг топшириқларини бажариши ва ҳ.к.

## **ТАВСИЯ ЭТИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ**

### **Асосий адабиётлар:**

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари /
2. И.А.Каримов. – Т.:Ўзбекистон, 2009. - 56 б.
3. Абдукаримов Б.А. Бозор иқтисоди шароитида бизнес режанинг моҳияти. Маъруза матни. СамКИ, 1997 й.
4. Абдуллаев А., бошк. Бизнес-режа. Т.: Молия,2002 й.
5. Бенгз Дэвид Г. «Руководство по составлению бизнес плана». М: Финпресс. 1998г.
6. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование.М.:ИНФРА-М,2000 г.
7. Богданова Е.И.Планирование на предприятии туризма СПб.:Изд.дом «Бизнес-пресс»,2004 г.
8. Махмудов Э.Х.,др. Бизнес-планирование. Т.:ТГЭУ,2004г.
9. Сухова Л.Ф. и др. Практикум по разработке бизнес плана и финансовому анализу предприятия. М. «Финансы и статистика», 2000 г.
10. Уткин Э. Бизнес план компании. М.: ТАНДЕМ,ЭКМОС,2000 г.
11. Попов В.М. Сборник бизнес планов с комментариями и рекомендациями. М.: «Кно Рус», 2000 г.
12. Попов В.М. Финансовый бизнес план. М.: «Финансы и статистика», 2000 г.

13. Циферблат Л.Ф. Бизнес план, работа над ошибками. М.: «Финансы и статистика», 1999 г.

### **Қўшимча адабиётлар:**

1. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. Учебно-методическое пособие. М.: Финансы и статистика, 1998 г.
2. Басовский Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. М.: ИНФРА-М, 1999 г.
3. Додобоев Ю.Т., Мамутова Х.Ш. Стратегическое планирование. Фаргона, КУНПЦП, 2000 г.
4. Додобоев Ю., бошк. Фирма фаолиятини режалаштириш. Наманган: КТУИИЧМ, 1999 й.
5. Ефремов В.С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования. М.: Финансы и статистика, 1998 г.
6. Уткин Э.А., др. Бизнес план. Как развернуть собственное дело. М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», 1998 г.
7. Уткин Э.А., др. Бизнес план. Как развернуть собственное дело. М.: АКАЛИС, 1996 г.
8. Уткин Э.А., др. Бизнес план. Организация и планирование предпринимательской деятельности. М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», ЭКМОС, 1998 г.
9. Идрисов А.Б., др. Стратегическое планирование и анализ эффективности инвестиций. М.: Инф. – издат. Дом «Филинь», 1998 г.
10. Истамов Д.И., др. Экономическая безопасность предприятий и защита коммерческой тайны. Глава 3. Бизнес планирование как основа экономической безопасности предприятия. СамКИ, 1995 г.

### **Интернет Сайтлари:**

1. Дарслик ўқув қўлланмалар ва маъруза матнларининг электрон вариантлари,
2. [www.wto.org](http://www.wto.org)
3. [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)
4. [www.gov.uz](http://www.gov.uz)
5. [www.cer.uz](http://www.cer.uz)
6. [www.tsue.uz](http://www.tsue.uz)
7. [www.review.uz](http://www.review.uz)
8. [www.imf.org](http://www.imf.org)
9. <http://www.e-ducate.ru/info/390>
10. <http://lib.kstu.ru/litindex/bull03-1/03-04-31.htm>

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ**  
**ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

**САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ**

Рўйхатга олинди:

“ТАСДИҚЛАЙМАН”

№ \_\_\_\_\_

Ўқув ишлари бўйича проректор

\_\_\_\_\_ А.Бектемиров

2013 й. “\_\_” \_\_\_\_\_

“\_\_” \_\_\_\_\_ 2013 й.

**БИЗНЕС - РЕЖА**

**ФАНИНИНГ**

**И Ш Ч И Ў Қ У В Д А С Т У Р И**

**Билим соҳаси:** 200000 - Ижтимоий соҳа, иқтисод ва ҳуқук

**Таълим соҳаси:** 230000 - Иқтисодиёт

**Таълим йўналиши:** 5230100 – Иқтисодиёт (тармоқлар ва соҳалар бўйича)

**САМАРҚАНД - 2013**

Фаннинг ишчи ўқув дастури ўқув, ишчи ўқув режа ва ўқув дастурига мувофиқ ишлаб чиқилди

**Тузувчи:**

З.И.Абдуллаева – СамИСИ “Иқтисодиёт” кафедраси катта ўқитувчиси

**Такризчилар:**

Э.С.Файзиев – СамИСИ “Иқтисодиёт” кафедраси катта ўқитувчиси, и.ф.н.;

Т.С.Шарипов – СамИСИ “Иқтисодиёт” кафедраси доцент в.б., и.ф.н.

Фаннинг ишчи ўқув дастури “Иқтисодиёт” кафедрасида муҳокама этилди ва 2013 йил 5 июль 12 - сонли баённомаси билан институт илмий – услубий кенгашида кўриб чиқиш ва тасдиқлаш учун тавсия этилди.

**Кафедра мудири : \_\_\_\_\_ Султонов Ш.А.**

Фаннинг ишчи ўқув дастури Самарқанд Иқтисодиёт ва сервис институти илмий – услубий кенгашида кўриб чиқилган ва 2013 йил “10” июль 12-сон баённомаси билан тасдиқлаш учун тавсия этилди.

**Келишилди: Институт ўқув – услубият**

**бўлими бошлиғи \_\_\_\_\_ Шодмонов И.**

## *Кириш*

Ушбу дастур иқтисодий фанлар олдига ҳозирги замон талаблари асосида соҳа учун етук мутахассислар тайёрлаш мақсадидан келиб чиққан ҳолда ишлаб чиқилган.

Бозор иқтисодиёти шароитларида ишлаб чиқариш фаолияти билан шуғулланувчи ҳар бир корхона кўп сонли ва турли муаммоларга дуч келиб, улардан бири хўжалик юритиш тизимида ўзига муносиб ўрин эгаллаш ҳисобланади.

Бу вазифани корхона (фирма) ўз олдига аниқ ва равшан ишлаб чиқариш ғоясини: нимани, қачон ва қанча ишлаб чиқаришни белгилаб қўйган ҳолдагина муваффақиятли ҳал қилиш мумкин. Ушбу саволларга берилган ижобий жавоб корхонанинг қайси тармоққа мансублиги, мулкчилик шакли, куч-қуввати ва бошқа белгиларидан қатъи назар, унинг яратилиши ва келгусида муваффақиятли фаолият кўрсатишига асос бўла олади. Ғояни

реал воқеликка айлантириш учун у корхона маҳсулотлари ёки хизматларига буюртмалар олиш тизими билан кучайтирилиши лозим. Белгиланган ишлаб чиқариш фаолияти барча турдаги - моддий, меҳнат, молиявий ресурслар, шунингдек, ишлаб чиқариш қуввати билан таъминланиши зарур. Бунда маҳсулотни ишлаб чиқаришига эмас, балки унинг сотилишини таъминлаш, яъни сотув каналларини излаб топиш ҳам муҳим аҳамият касб этади, корхонанинг маркетинг стратегияси ҳиссаси катта бўлади.

Бизнес-режа юқорида айтиб ўтилган ва шу каби бошқа вазифаларни ҳал қилишга хизмат қилади. У бир томондан корхона имкониятларини аниқ ва тўғри баҳолашга имкон беради, бошқа томондан муваффақиятга ва режалаштирилган ишнинг даромадлилигига умид қилишга имкон беради. Амалиётнинг кўрсатишича, пухта ишлаб чиқилган бизнес-режа рақобатбардошлик шароитларида корхоналарнинг ишлаб чиқариш ва молиявий жиҳатдан барқарорлигини таъминлаб, бозордан ўзига муносиб ўрин эгаллашига имкон яратади.

### **Фаннинг мақсад ва вазифалари**

“Бизнес-режа” фани асосий ихтисослик фани ҳисобланиб, II семестрда ўқитилади.

Фаннинг мақсади – талабаларга бизнес-режани бизнес юритиш стратегияси ва тактикасини белгиловчи ҳужжат сифатида ишлаб чиқиш ва амалга ошириш бўйича билимлар мажмуини шакллантиришдан иборат.

“Бизнес-режа” фанининг асосий вазифалари:

- талабаларга бизнес-режалаштириш, режалаштириш технологиясининг замонавий услублари ва амалиётини ўрганиш; бизнес-режанинг тузилмаси ва мазмуини белгилаш; бизнес-режа бўлимларининг режалаштириш услубларини ўрганиш; бизнес-режани илгари суриш механизмини ўрганиш; бизнес-режанинг самарадорлигини баҳолаш услубиятини ўрганиш.

### **Фан бўйича талабанинг малакасига қўйиладиган талаблар**

Талабалар “Бизнес-режа” фанини ўрганиш жараёнида қуйдагиларни бажара олиши лозим:

- иқтисодиёт ва унинг тармоқ (соҳа)ларининг ривожланиш қонунлари, қонуниятлари, иқтисодий муносабатларни мазмун ва моҳиятини мукамал билиш ва улардан фойдаланиш;

- ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш комплексида сервис ва хизматлар соҳаси бўйича техник иқтисодий лойиҳаларни ишлаб чиқиш, асослашни билиш;

- илғор замонавий технологияларни билиши ва қўллай олиш;

- ташкилий техниканинг илғор намуналарини билиши ва қўллаши жараёнларни кузатиш, вазиятни баҳолай олиш;

- бошқарувнинг намунавий методика бўйича илмий-амалий тадқиқини олиб бориш;

- прогнозлаш ва режалаштиришни назарий – методологик асосларини, уларга қўйиладиган талабларни, қоидаларни амалиётга қўллаш кўникмаларига эга бўлиш;

- статистик ҳисоботларни тузиш, корхона, ташкилотлар, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари фаолиятини таҳлил қилиш усул ва услубларини билиш;

- таълим соҳасида: узлуксиз таълим муассасаларида ўқув жараёнини ташкил этиш ва ўтказилишига кўмаклашиш (ўқув персонали), тадқиқотларда иштирок этиш, маълумотларни тўплаш, умумлаштириш ва таҳлил этиш, касб-ҳунар таълим муассасаларида ўқув машғулотларини ўтказиш, замонавий педагогик ва ахборот технологияларни эгаллаш ва тадбиқ этишни билиш;

- ўз билими ва кўникмасини эгаллаган лавозимида мустақил фаолият кўрсатиш талабларига ва профессионализм компетенцияларига эга бўлиши керак;

- иқтисодиёт ва унинг тармоқ (соҳа)ларининг ривожланиш қонунлари, қонуниятлари, иқтисодий муносабатларни мазмун ва моҳиятини мукаммал билиш ва улардан фойдаланиш;
- ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш комплексида сервис ва хизматлар соҳаси бўйича техник иқтисодий лойиҳаларни ишлаб чиқиш, асослашни билиш;
- талаба бизнес-режани тузиш усуллари билиши керак;
- талаба бизнес-режа турлари ҳақида куникмаларига эга булиши керак;
- талаба бизнес-режа ҳар бир бўлимини тузиш бўйича малакага эга булиши керак;
- ахборотни тўплаш, сақлаш, ишлов бериш, таҳлил қилиш ва унумли фойдаланиш методларини эгаллаш, ўз касбий фаолиятида мустақил тарзда асосли бир қарорга кела олиш;
- янги билимларни мустақил ўзлаштира олиши, такомиллаштириши ва ўз меҳнاتини илмий асосда ташкил этиш малакаларини эгаллаши лозим.

### **Ўқув режадаги бошқа фанлар билан боғлиқлиги**

Ушбу курс иқтисодиёт назарияси; микро-макроиқтисодиёт; корхона иқтисодиёти; ички савдо иқтисодиёти; маркетинг; менежмент; логистика; бухгалтерия ҳисоби; иқтисодий таҳлил; аудит; статистика; молия, пул муомаласи ва кредит; солиқ ва солиққа тортиш; суғурта ҳамда бошқа иқтисодиётга оид шу каби фанлар билан узвий алоқадорликда ўрганилади.

Фаннинг узвий кетма-кетликда ўрганилиши назарий масалаларни олдин ёритилиши, кейин уларни амалиётга боғланиши ва мавзуларни дастурда узвий кетма-кет жойлаштирилиши билан белгиланади.

### **Фанни ўқитишда замонавий ахборот ва педагогик технологиялар**

Фанни ўқитишда бугунги кун талабларидан келиб чиққан ҳолда инновацион педагогик технологиялардан («Маъруза», «Блиц-сўров», «Ақлий ҳужум», «Баҳс-мунозара», «Инсерт», «Фикр, сабаб, мисол, умумлаштириш (ФСМУ)», «Танишув», «Тушунчалар таҳлили», «Аниқ вазият, ҳодиса (кейс-стади)», «Тармоқлар (кластер)», «Конверт» ва «Қандай» техникаси, «Чархпалак», «Бумеранг», «Резюме», «Муаммо», «Пинборд» техникаси, «Т-схемаси» техникаси, «Инструкция бериш», «Кузатиш, баҳслашиш, ишонтириш (КБИ)», «Парадокслар усули», «Гашвиқот гуруҳи», «Амалиётда жамоавий ижодий ишлар», «Сценарий (сахна)», «Намойиш этиш», «Кутиш ҳамроҳи» ва

«Чизмали органайзерлар» техникаси, «Тақдимот», «Жадваллар», «Кичик гуруҳларда ишлаш», «Давра суҳбати», «Давра столи», «Лойиҳа», «Зигзаг» техникаси, «Машқ бажариш», «Савол-жавоб», «Ҳамкорликда ўқиш», «Б.Б.Б.» техникаси, «Каскад», «Балиқ скелети» техникаси, «Эксперт сўрови» методи ва ҳоказо) кенг фойдаланиш билан биргаликда янги хорижий адабиётлар ва Интернет тармоғи маълумотларидан фойдаланилади.

### **Фанни ўқитишда ахборот ва педагогик технологиялар**

*Ўқув жараёни билан боғлиқ таълим сифатини белгиловчи ҳолатлар қуйидагилар: юқори илмий-педагогик даражада дарс бериш, муаммоли маърузалар ўқиш, дарсларни савол-жавоб тарзида қизиқарли ташиқил қилиш, илгор педагогик технологиялардан ва мультимедиа қўллан-малардан фойдаланиш, тингловчиларни ундайдиган, ўйлантирадиган муаммоларни улар олдига қўйиш, талабчанлик, тингловчилар билан индивидуал ишлаш, ижодкорликка ундаш, эркин мулоқот юритишига, ижодий фикрлашга ўргатиш, илмий изланишига жалб қилиш ва бошқа тадбирлар таълим устуворлигини таъминлайди. Айтилганлардан келиб чиқган ҳолда «бизнес-режа» фани бўйича таълим технологиясини лойиҳалаштиришидаги асосий концептуал ёндошувларни келтирамиз:*

**Шахсга йўналтирилган таълим.** Бу таълим ўз моҳиятига кўра таълим жараёнининг барча иштирокчиларини тўлақонли ривожланишларини кўзда тутуди. Бу эса таълимни лойиҳалаштирилаётганда, албатта, маълум бир таълим олувчининг шахсини эмас, аввало, келгусидаги мутахассислик фаолияти билан боғлиқ ўқиш мақсадларидан келиб чиқган ҳолда ёндошилишни назарда тутуди.

**Тизимли ёндошув.** Таълим технологияси тизимнинг барча белгиларини ўзида мужассам этмоғи лозим: жарённинг мантиқийлиги, унинг барча бўгинларини ўзаро боғланганлиги, яхлитлиги.

**Фаолиятга йўналтирилган ёндошув.** Шахснинг жараёнли сифатларини шакллантиришига, таълим олувчининг фаолиятни активлаштириш ва интенсифлаштириш, ўқув жараёнида унинг барча қобилияти ва имкониятлари, ташаббускорлигини очишига йўналтирилган таълимни ифодалайди.

**Диалогик ёндошув.** Бу ёндошув ўқув жараёни иштирокчиларнинг психологик бирлиги ва ўзаро муносабатларини яратиш заруриятини билдиради. Унинг натижасида шахснинг ўз-ўзини фаоллаштириши ва ўз-ўзини кўрсата олиши каби ижодий фаолияти кучаяди.

**Ҳамкорликдаги таълимни ташиқил этиш.** Демократлилик, тенглик, таълим берувчи ва таълим олувчи ўртасидаги субъектив муносабатларда ҳамкорликни, мақсад ва фаолият мазмунини шакллантиришида ва эришилган натижаларни баҳолашда биргаликда ишлашни жорий этишига эътиборни қаратиш зарурлигини билдиради.

**Муаммоли таълим.** Таълим мазмунини муаммоли тарзда тақдим қилиш орқали таълим олувчи фаолиятини активлаштириш усулларида бири. Бунда

илмий билимни объектив қарама-қаршилиги ва уни ҳал этиш усулларини, диалектик мушоҳадани шакллантириши ва ривожлантиришини, амалий фаолиятга уларни ижодий тарзда қўллашни мустақил ижодий фаолияти таъминланади.

**Ахборотни тақдим қилишнинг замонавий воситалари ва усулларини қўллаш** – янги компьютер ва ахборот технологияларини ўқув жараёнига қўллаш.

**Ўқитишнинг усуллари ва техникаси.** Маъруза (кириш, мавзуга оид, визуаллаш), муаммовий усул, кейс-стади, пинборд, парадокслар ва лойиҳалар усуллари, амалий ишлаш усули.

**Ўқитишни ташиқил этиш шакллари:** диалог, полилог, мулоқот ҳамкорлик ва ўзаро ўрганишга асосланган фронтал, коллектив ва гуруҳ.

**Ўқитиш воситалари** ўқитишнинг анъанавий шакллари (дарслик, маъруза матни) билан бир қаторда - компьютер ва ахборот технологиялари.

**Коммуникация усуллари:** тингловчилар билан оператив тескари алоқага асосланган бевосита ўзаро муносабатлар.

**Тескари алоқа усуллари ва воситалари:** кузатиш, блиц-сўров, оралиқ ва жорий ва яқунловчи назорат натижаларини таҳлили асосида ўқитиш диагностикаси.

**Бошқариш усуллари ва воситалари:** ўқув машғулоти босқичларини белгилаб берувчи технологик карта кўринишидаги ўқув машғулотларини режалаштириш, қўйилган мақсадга эришишида ўқитувчи ва тингловчининг биргаликдаги ҳаракати, нафақат аудитория машғулотлари, балки аудиториядан ташиқари мустақил ишларнинг назорати.

**Мониторинг ва баҳолаш:** ўқув машғулотида, бутун курс давомида ҳам ўқитишнинг натижаларини режали тарзда кузатиб бориш. Курс охирида тест топшириқлари ёрдамида тингловчиларнинг билимлари баҳоланади.

**“Бизнес-режа” фанидан машғулотларнинг мавзулар ва соатлар  
бўйича тақсимланиши:**

№	Мавзулар	Жами	Маъруза	Амалий машғулот	Мустақил таълим
1	Бозор иқтисоди ва бизнес. Бозор иқтисоди шароитида режалаштириш ва башоратлаш.	12	2	4	6
2	Корхона фаолиятида бизнес – режалаштириш. Корхонанинг бизнес – режаси	12	2	4	6
3	Бизнес - режани асосланганлиги ва ишончлилиги	8	2	2	4
4	Корхонанинг тавсифланиши. Корхона маҳсулотини тавсифлаш	10	2	2	6
5	Корхонанинг маркетинг режаси	8	2	2	4
6	Ишлаб чиқариш режасини ишлаб чиқиш	8	2	2	4
7	Ташкилий режа ва менежмент	8	2	2	4
8	Корхонанинг молиявий режаси	8	2	2	4
9	Бизнес режа самарадорлигини баҳолаш	8	2	2	4
<b>Жами:</b>		<b>82</b>	<b>18</b>	<b>22</b>	<b>42</b>

## **Асосий қисм: Фаннинг услубий жиҳатдан узвий кетма-кетлиги**

Асосий қисмда (маъруза) фанни мавзулари мантиқий кетма-кетликда келтирилади. Ҳар бир мавзунинг моҳияти асосий тушунчалар ва тезислар орқали очиб берилади. Бунда мавзу бўйича талабаларга ДТС асосида етказилиши зарур бўлган билим ва кўникмалар тўла қамраб олиниши керак.

Асосий қисм сифатига қўйиладиган талаб мавзуларнинг долзарблиги, уларнинг иш берувчилар талаблари ва ишлаб чиқариш эҳтиёжларига мослиги, мамлакатимизда бўлаётган ижтимоий-сиёсий ва демократик ўзгаришлар, иқтисодиётни эркинлаштириш, иқтисодий-ҳуқуқий ва бошқа соҳалардаги ислохатларнинг устувор масалаларини қамраб олиши ҳамда фан ва технологияларнинг сўнгги ютуқлари эътиборга олиниши тавсия этилади.

Фаннинг узвий кетма-кетликда ўрганилиши назарий масалаларни олдин ёритилиши, кейин уларни амалиётга боғланиши ва мавзуларни дастурда узвий кетма-кет жойлаштирилиши билан белгиланади.

### ***Маъруза машғулотлари***

**Бозор иқтисоди ва бизнес.** Бозор иқтисодиёти, буйруқбозлик иқтисодиёти ва аралаш иқтисодиётининг белгилари ва фарқли томонлари. Бозор иқтисодиётининг хусусиятлари. Бизнес тамойиллари. Бизнес ва тадбиркорлик. Бизнес – бозор иқтисодиётининг устувор соҳаси. Бизнеснинг мақсади. Ўзбекистонда кичик бизнесни ривожлантириш. Ишлаб чиқаришда нодавлат секторни тутган ўрни. Бизнес ва аҳоли бандлиги. Иқтисодиётни глобаллаштириш ва илмий техник тараққиётни ривожланиши. Кичик бизнеснинг ривожланиш кўрсаткичлари. Ўзбекистон Республикаси Президентининг кичик бизнесни қўллаб-қувватлашга доир Фармонлари ва Қарорлари. ЯИМ да кичик бизнеснинг улуши. Ўзбекистонда ташкилий-ҳуқуқий шаклни ўзгартирган корхоналар. Корхоналарни молиявий барқарорлиги.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** Маъруза, намоёиш, блиц-сўров, ақлий ҳужум, пинборд техникаси.

**Тавсия этилган адабиётлар:** А1;А8;А9;Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Бозор иқтисоди шароитида режалаштириш ва башоратлаш.** Режалаштириш ва башорат қилиш тушунчалари. Корхона(фирма)да режалаштириш тизими. Нима ишлаб чиқариш, кимга ва қанча ишлаб чиқариш.

Экстраполяция, мантиқий таҳлил, иқтисодий-математика, экспертлик баҳолаш, корреляцион ва бошқа режалаштириш усуллари. Бозор иқтисодиёти шароитида режалаштириш ва прогнозлашнинг объектив зарурияти. Режалаштириш ва прогнозлашнинг мақсади, функциялари ва вазифалари. Иқтисодий таҳлилнинг вазифалари. Бир мақсадли прогнознинг вазифаси. Режалаштириш ва прогнозлашнинг норматив асоси. Норма ва норматив тушунчалари, асосий гуруҳлари ва хўжалик бошқарувида тутган ўрни. Норматив асоснинг таснифланиши ва мақсадлари.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** Маъруза, тушунтириш, инструкция бериш, намоёниш, блиц-сўров, парадокслар усули.

**Тавсия этилган адабиётлар:** А2;А8;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Корхона фаолиятида бизнес-режалаштириш.** Корхона ва унинг ишлаб чиқариш фаолияти - режалаштириш объекти сифатида. Стратегик режалаштириш жараёни. Стратегик мақсадни танлаш. Стратегик мақсадларга таянган моддий, молиявий ва меҳнат ресурсларини шакллантириш. Илмий асосланган режалаштириш. Режалаштиришнинг иккита асосий муаммолари. Режалаштиришнинг миқдор ва сифат, ҳажм ва солиштирма кўрсаткичлари. Бозор муносабатлари шароитида корхона фаолиятини режалаштириш ва тартибга солиш. Тартибга солишнинг мақсадлари. Жорий фаолиятни тартибга солиш. Давлат томонидан тартибга солишнинг асосий йўналишлари.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** Маъруза, «Т-схемаси» техникаси, баҳс-мунозара, ФСМУ технологияси.

**Тавсия этилган адабиётлар:** А1;А6;А7;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Корхонанинг бизнес-режаси.** Бизнес-режанинг функциялари бўйича иқтисодчиларининг турли қарашлари. Бизнес-режанинг моҳияти ва вазифалари. Бизнес-режаларнинг аҳамияти ва зарурияти. Бизнес-режа - янги бизнеснинг юраги, хўжалик бошқарувининг воситаси. Бизнес-режани тайёрлаш босқичлари. Бизнес-режанинг лойиҳа варианты. Бизнес режани расмийлаштириш ва тасдиқлаш. Расмий ва ишчи бизнес-режа. Корхона миссияси. Корхона этикаси. Корхона танлаб олган қадриятлар йўналиши. Бизнес-режа мақсадларини ишлаб чиқиш. Мақсаднинг бизнес тизимидаги бешта функцияси. Мақсадларнинг мазмуни ва шаклига қўйиладиган талаблар. Бизнес-режанинг ахборотлар манбаи. Бизнес-режа тузилмасини танлаш.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** Маъруза, савол-жавоб,

суҳбат, ўзаро ўқитиш методи, кластер, инсерт техникалари.

**Тавсия этилган адабиётлар:** А5;А6;А7;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Бизнес-режанинг асосланганлиги ва ишончлилиги.** Бизнес-режани ишлаб чиқишни бошқаришнинг зарурати. Бизнес-режани тузишда раҳбарнинг роли. Бизнес-режани ишлаб чиқиш муддатлари. Бизнес-режани ресурслар билан таъминланганлиги. Корхона ходимларнинг малакаси ва касбий кўникмалар. Бизнесни суғурталаш. Бизнес-режанинг муваффақиятини омиллари. Моддий ресурслар иқтисоди. Ресурс билан таъминлашда талаб қилинадиган билимлар. Ҳуқуқий таваккалчиликлар. Ишлаб чиқариш таваккалчиликлари. Маркетинг таваккалчиликлари. Молиявий, инновацион, ижтимоий таваккалчилик. Таваккалчилик оқибатларини объектив ўлчаниши ва қиймат баҳосига эга бўлишининг зарурати.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** Маъруза, ақлий ҳужум,намойиш этиш, кутиш ҳамроҳи ва чизмали органайзерлар техникаси.

**Тавсия этилган адабиётлар:** А5;А6;А7;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Корхонанинг тавсифланиши.** Бизнес-режа титул варағи. Бизнес-режанинг кириш қисми. Резюме. Корхонанинг тармоқдаги ва бозордаги ҳолати таҳлили. Тармоқни тавсифлаш. Тадбиркорлик фаолияти соҳасини танлашнинг асосий омиллари. Корхонани баҳолаш. Бозорни ва асосий рақобатчиларни таҳлил қилиш. Корхона тавсифномаси SWOT- таҳлил. Корхона ва унинг рақобатчиларининг кучли ва заиф томонлари таҳлили.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** Маъруза,ақлий ҳужум, “Балиқ скелети” ва “Каскад” техникалари, “Блиц - сўраш” услуги

**Тавсия этилган адабиётлар:** А1;А2;А3;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Корхона маҳсулотини тавсифлаш.** Маҳсулотнинг умумий тавсифи ва уни баҳолаш. Маҳсулотни баҳолаш усуллари. Маҳсулотнинг иқтисодий кўрсаткичлари. Товар қондирувчи эҳтиёжлар. Сифат кўрсаткичлари. Товарнинг ташқи безалиши. Экспорт кўрсаткичлари ва унинг имкониятлари. Маҳсулотни такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари. Маҳсулот (товар)нинг ҳаётийлик даври кўрсаткичлари. Эҳтиёжларни қондириш воситаси. Бозорнинг асосий қонунлари. Бозорда рақобат ва рақобатбардошлик. Янги маҳсулотни тавсифлаш ва бошқа маҳсулотлар билан таққослаш. Патент ҳуқуқлари. Маҳсулотнинг кучли ва заиф томонлари.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** Маъруза, ҳамкорликда ўқиш, Б.Б.Б. техникаси

**Тавсия этилган адабиётлар:** А1;А2;А5;А6; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Корхонанинг маркетинг режаси.** Маркетинг режаси бўлимнинг аҳамияти. Замонавий маркетингни ташкил қилиш ва уни комплекс ўрганиш. Маркетингнинг таҳлилий функцияси. Маркетингнинг бошқарув ва назорат функцияси. Маркетинг стратегияси. Товар сиёсати. Баҳо(нарх) сиёсати. Сотиш сиёсати. Коммуникатив (ахборот алмашинуви) сиёсати. Маркетинг бюджети. Оммавий маркетинг. Дифференциал маркетинг. Йўналтирилган маркетинг. Ассортимент сиёсати. Янги маҳсулотни яратиш. Маҳсулот сифати соҳасидаги корхона стратегияси. Дизайн стратегияси. Товарнинг бозор атрибутлари (белгилари). Сервис хизматини ташкил этиш стратегияси. Бозорни ва сотувни тадқиқ қилиш. Бозор сиғимини баҳолаш. Бозорни сегментлаш. Бозор ўзгаришлари ва ривожланиш тенденциялари таҳлили, хусусан, иқтисодий, фан-техника, демографик, экологик, қонунчилик ва бошқа омилларни таҳлил қилиш. Бозор тузилмасини ўрганиш. Сотув ҳажмини башорат қилиш. Корхонанинг баҳо стратегияси. Баҳони шакллантириш усулини танлаш. Корхонанинг баҳо тактикаси. Баҳони бозор суғуртасини (кафолатини) таъминлаш. Фирма стили. Маркетинг коммуникациялари комплекси: реклама, сотувни рағбатлантириш, шахсан сотиш, жамоатчилик билан ишлаш, тўғридан-тўғри маркетинг, спонсоринг, маҳсулот-плейсмент, брэндинг.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** қоғоз (флип чарт), фломастерлар, эксперт варақлари график органайзерлар.

**Тавсия этилган адабиётлар:** А5;А6;А7;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Ишлаб чиқариш режаси.** Ишлаб чиқариш режасининг мазмуни, мақсади ва вазифалари. Ишлаб чиқариш дастури. Ишлаб чиқариш технологияси. Ишлаб чиқариш кооперацияси. Ишлаб чиқариш жараёни назорати. Атроф муҳит муҳофазаси тизими. Харажатлар башорати. Ишлаб чиқариш режасининг кўрсаткичлар тизими. Ялпи маҳсулот, товар маҳсулот ва тугалланмаган ишлаб чиқаришнинг ҳажми. Ишлаб чиқариш режасини ишлаб чиқариш қувватлари билан таъминланиши. Ишлаб чиқариш режасининг ресурслар билан таъминланганлиги. Ресурслардан фойдаланишни баҳолаш. Ишлаб чиқаришда ресурсларга талабни аниқлашнинг норматив, статистик ва эмпирик усуллари. Киришдаги, чиқишдаги, ўртача йиллик ва лойиҳа қуввати. Моддий захираларни аниқлаш. Айланма маблағлар таркиби, айланиши ва кўрсаткичлари. Айланма

маблағларга бўлган эҳтиёж.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** Маъруза, ақлий хужум, намойиш этиш, зигзаг техникаси.

**Тавсия этилган адабиётлар:** А5;А6;А7;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Ташкилий режа ва менежмент.** Ташкилий режанинг мазмуни, мақсади ва вазифалари. Корхонанинг кадрлар сиёсати. Ташкилий тузилма. Кадрлар салоҳияти. Кадрларни малакаси ва касбий қўникмаларининг даражаси. Ташкилий режанинг менежментга бўлган талаблари. Бошқарув командаси. Ишлаб чиқариш кучларини жойлаштириш. Персонални бошқариш. Бизнес-режанинг ишбилармонлик жадвали. Бошқарувни ташкил этиш. Ходимларнинг ҳуқуқлари ва мажбуриятлари. Бизнес-режани амалга ошириш бўйича корхонадаги бўлимларнинг ўзаро ҳаракатини ташкил этиш ва тартибга солиш. Бошқаришни ташкил этиш.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** Маъруза, тезкор-сўров, «эксперт сўрови» методи, таҳлил.

**Тавсия этилган адабиётлар:** А3;А6;А7;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Корхонанинг молиявий режаси.** Молиявий режанинг аҳамияти, мазмуни ва асосий бўлимлари. Маҳсулот сотиш ҳажмини башоратлаш. Даромад ва харажатлар баланси. Актив ва пассивлар баланси. Молиявий режа сифатига таъсир этувчи омиллар. Молиявий режани ишлаб чиқиш муддати ва давомийлиги. Ишлаб чиқариш харажатлари, солиқ ва тўловлар. Корхона фаолиятининг молиявий натижалари. Корхонанинг молиявий барқарорлиги кўрсаткичлари. Корхонада фойдани шакллантириш ва тақсимлаш. Молиялаш стратегияси. Корхонани зарарсиз ишлаши. Корхона салоҳияти. Пул оқимларини ўзлаштириш.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** Маъруза, ҳамкорликда ўқиш, Б.Б.Б. техникаси.

**Тавсия этилган адабиётлар:** А1;А6;А7;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Бизнес-режанинг самарадорлигини баҳолаш.** Бўлимнинг аҳамияти ва асосий қисмлари. Вақт бўйича пул қийматини ҳисобга олиш. Пулнинг истеъмол ва реал қийматини ҳисоблаш. Самарадорликни баҳолаш кўрсаткичлари ва уларни ҳисоблаш услублари. Инфляцияни баҳолаш. Дисконтлаш ставкаси. Дисконтлаш коэффициенти. Реал инвестициялар самарадорлигини баҳолаш

тамойиллари. Соф келтирилган (дисконтланган) даромад. Даромадлилик индекси. Ички даромадлилик нормаси. Харажатларнинг қопланиш даври.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** Маъруза, тушунтириш, инструкция бериш, намоиш, блиц-сўров, парадокслар усули.

**Тавсия этилган адабиётлар:** А1;А2;А7;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**“Бизнес-режа” фани бўйича маъруза машғулотининг календар тематик режаси**

<i>m/p</i>	<i>Маъруза мавзулари</i>	<i>соат</i>
	<b>1-мавзу. Бозор, иқтисодиёт ва бизнес</b>	2
1.1.	<b>1.1. Бозор иқтисоди ва бизнес</b>	
1.1.1	Бозор иқтисодиёти, унинг тамойиллари ва ўзига хос хусусиятлари	
1.1.2	<i>Бизнес – бозор иқтисодиётининг устивор соҳаси</i>	
1.1.3	<i>Бизнес ва аҳоли бандлиги</i>	
	<b>1.2. Бозор иқтисоди шароитида режалаштириш ва башоратлаш</b>	
1.2.1.	Бозор шароитларида режалаштириш ва башорат қилишнинг объектив зарурати	
1.2.2.	Режалаштириш ва башорат қилишнинг мақсад ва вазифалари	
1.2.3.	Режалаштириш ва башорат қилишнинг норматив асослари	
	<b>2-мавзу: Корхона фаолиятида бизнес- режалаштириш</b>	2
	<b>2.1.Корхона фаолиятида бизнес- режалаштириш</b>	
2.1.1	Корхона ва унинг ишлаб чиқариш фаолияти режалаштиришнинг объекти сифатида	
2.1.2	Бозор шароитларида корхона фаолиятини тартибга солиш ва режалаштириш	
2.1.3	Бизнеснинг ахборот асослари	
	<b>2.2.Корхонанинг бизнес – режаси</b>	
2.2.1.	Бизнес-режанинг моҳияти ва вазифалари	
2.2.2.	Бизнес-режани тайёрлаш босқичлари	
2.2.3	Бизнес-режа тузилмаси (структураси)	
	<b>3-мавзу: Бизнес - режанинг асосланганлиги ва ишончлилиги</b>	2
3.1.	Бизнес-режани ишлаб чиқишни бошқариш	
3.2.	Бизнес-режанинг ресурслар билан таъминланганлиги	
3.3.	Режалаштирилаётган бизнесни суғурталаш	
	<b>4 -мавзу. Корхонанинг тавсифланиши</b>	2
	<b>4.1.Корхонанинг тавсифланиши</b>	
4.1.1	Бизнес-режанинг резюмеси (қисқача мазмуни)	
4.1.2	Корхонанинг тармоқдаги ва бозордаги ҳолати таҳлили	

4.1.3	Корхонани баҳолаш	
<b>4.2. Корхона маҳсулотини тавсифлаш</b>		
4.2.1	Корхона маҳсулотининг комплекли тавсифномаси ва баҳоланиши	
4.2.2	Маҳсулотни баҳолаш усуллари	
4.2.3	Товарнинг ҳаётийлик даври	
<b>5 -мавзу. Корхонанинг маркетинг режаси</b>		2
5.1.	Маркетинг моҳияти ва функциялари	
5.2.	Бозорни баҳолаш ва истеъмолчилик талабини ўрганиш	
5.3	Маҳсулотни бозорга чиқариш стратегияси	
5.4	Маркетинг режаси ва дастури	
<b>6-мавзу. Ишлаб чиқариш режаси</b>		2
6.1.	Ишлаб чиқариш режаси таркиби ва кўрсаткичлар тизими	
6.2.	Ишлаб чиқариш режасининг ишлаб чиқариш қувватлари билан асослаб берилиши	
6.3.	Ишлаб чиқариш режасининг ресурслар билан таъминланганлиги	
<b>7-мавзу. Ташкилий режа ва менежмент</b>		2
7.1.	Вазифаси ва асосий қоидалари	
7.2.	Бошқарувни ташкил этиш	
7.3	Кадрлар сиёсати ва персонални бошқариш	
<b>8-мавзу. Молиявий режа</b>		2
8.1	Молиявий режанинг моҳияти ва асосий бўлимлари	
8.2	Даромад ва харажатларни режалаштириш	
8.3	Корхонанинг пул оқимлари, башорат баланси ва зарар кўрмаслигини режалаштириш	
<b>9 - мавзу. Бизнес-режанинг самарадорлигини баҳолаш</b>		2
9.1	Вақт бўйича пул қиймати	
9.2	Инфляцияни баҳолаш	
9.3	Бизнес-режани амалга ошириш учун инвестициялар самарадорлигини баҳолаш кўрсаткичлари ва уларни ҳисоблаш услубияти	
Жами:		18

## **Амалий (семинар) машғулотларнинг тавсия этиладиган мавзулари**

**Бозор иқтисоди ва бизнес.** Бозор иқтисодиёти, буйруқбозлик иқтисодиёти ва аралаш иқтисодиётининг белгилари ва фарқли томонлари. Бозор иқтисодиётининг хусусиятлари. Бизнес тамойиллари. Бизнес ва тадбиркорлик. Бизнес – бозор иқтисодиётининг устивор соҳаси. Бизнеснинг мақсади. Ўзбекистонда кичик бизнесни ривожлантириш. Ишлаб чиқаришда нодавлат секторни туган ўрни. Бизнес ва аҳоли бандлиги. Иқтисодиётни глобаллаштириш ва илмий техник тараққиётни ривожланиши. Кичик бизнеснинг ривожланиш кўрсаткичлари. Ўзбекистон Республикаси Президентининг кичик бизнесни қўллаб-қувватлашга доир Фармонлари ва Қарорлари. ЯИМ да кичик бизнеснинг улуши. Ўзбекистонда ташкилий-ҳуқуқий шаклни ўзгартирган корхоналар. Корхоналарни молиявий барқарорлиги.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** намоёиш, блиц-сўров, ақлий хужум, пинборд техникаси.

**Тавсия этилган адабиётлар:** А1;А8;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Бозор иқтисоди шароитида режалаштириш ва башоратлаш.** Режалаштириш ва башорат қилиш тушунчалари. Корхона(фирма)да режалаштириш тизими. Нима ишлаб чиқариш, кимга ва қанча ишлаб чиқариш. Экстраполяция, мантиқий таҳлил, иқтисодий-математика, экспертли баҳолаш, корреляцион ва бошқа режалаштириш усуллари. Бозор иқтисодиёти шароитида режалаштириш ва прогнозлашнинг объектив зарурияти. Режалаштириш ва прогнозлашнинг мақсади, функциялари ва вазифалари. Иқтисодий таҳлилнинг вазифалари. Бир мақсадли прогнознинг вазифаси. Режалаштириш ва

прогнозлашнинг норматив асоси. Норма ва норматив тушунчалари, асосий гуруҳлари ва ҳўжалик бошқарувида тутган ўрни. Норматив асоснинг таснифланиши ва мақсадлари. **Қўлланиладиган таълим технологиялари:** тушунтириш, инструкция бериш, намойиш, блиц-сўров, парадокслар усули. **Тавсия этилган адабиётлар:** А2;А8;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Корхона фаолиятида бизнес-режалаштириш.** Бозор иктисодиетидаги утиш шароитида корхона фаолиятида режалаштиришнинг урни ва ахамиятини етказиш. Бизнес - режа хакида тушунча бериш. Унинг зарурияти ва нима сабабдан унга эътибор каратишни лозимгини асослаш.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** «Т-схемаси» техникаси, бахс-мунозара, ФСМУ технологияси. **Тавсия этилган адабиётлар:** А1;А6;А7;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Корхонанинг бизнес-режаси.** Тадбиркор турлари буйича бизнес-режа тузиш учун зарур булган маълумотларни ўрганиш, улардан фойдаланиш тартиби, тахлил килиши ва амалиетда кандай кулланилиши хакида керакли маълумотларни бериш.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** савол-жавоб, суҳбат, ўзаро ўқитиш методи, кластер, инсерт техникалари. **Тавсия этилган адабиётлар:** А5;А6;А7;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Бизнес-режанинг асосланганлиги ва ишончилиги.** Бизнес-режани ишлаб чиқишни бошқаришнинг зарурати. Бизнес-режани тузишда рахбарнинг роли. Бизнес-режани ишлаб чиқиш муддатлари. Бизнес-режани ресурслар билан таъминланганлиги. Корхона ходимларнинг малакаси ва касбий кўникмалар. Бизнесни суғурталаш. Бизнес-режанинг муваффақиятини омиллари. Моддий ресурслар иктисоди. Ресурс билан таъминлашда талаб қилинадиган билимлар. Ҳукуқий таваккалчиликлар. Ишлаб чиқариш таваккалчиликлари. Маркетинг таваккалчиликлари. Молиявий, инновацион, ижтимоий таваккалчилик. Таваккалчилик оқибатларини объектив ўлчаниши ва қиймат баҳосига эга бўлишининг зарурати.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** ақлий ҳужум,намойиш этиш, кутиш ҳамроҳи ва чизмали органайзерлар техникаси. **Тавсия этилган адабиётлар:** А5;А6;А7;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Корхонанинг тавсифланиши.** Бизнес-режа титул варағи. Бизнес-режанинг кириш қисми. Резюме. Корхонанинг тармоқдаги ва бозордаги ҳолати таҳлили. Тармоқни тавсифлаш. Тадбиркорлик фаолияти соҳасини танлашнинг асосий омиллари. Корхонани баҳолаш. Бозорни ва асосий рақобатчиларни таҳлил қилиш. Корхона тавсифномаси SWOT- таҳлил. Корхона ва унинг рақобатчиларининг кучли ва заиф томонлари таҳлили. **Қўлланиладиган таълим технологиялари:** ақлий хужум, “Балиқ скелети” ва “Каскад” техникалари, “Блиц - сўраш” услуги **Тавсия этилган адабиётлар:** А1;А2;А3;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Корхона маҳсулотини тавсифлаш.** Маҳсулотнинг умумий тавсифи ва уни баҳолаш. Маҳсулотни баҳолаш усуллари. Маҳсулотнинг иқтисодий кўрсаткичлари. Товар қондирувчи эҳтиёжлар. Сифат кўрсаткичлари. Товарнинг ташқи безалиши. Экспорт кўрсаткичлари ва унинг имкониятлари. Маҳсулотни такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари. Маҳсулот (товар)нинг ҳаётийлик даври кўрсаткичлари. Эҳтиёжларни қондириш воситаси. Бозорнинг асосий қонунлари. Бозорда рақобат ва рақобатбардошлик. Янги маҳсулотни тавсифлаш ва бошқа маҳсулотлар билан таққослаш. Патент ҳуқуқлари. Маҳсулотнинг кучли ва заиф томонлари.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** Маъруза, ҳамкорликда ўқиш, Б.Б.Б. техникаси **Тавсия этилган адабиётлар:** А1;А2;А5;А6; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Корхонанинг маркетинг режаси.** Бизнес режани «Маркетинг» булимини тузиш учун зарур булган маълумотлар олиш манбалари улардан фойдаланиш тартиби, таҳлил қилиши ва амалиётда қандай қўлланилиши ҳақида керакли маълумотларни бериш.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** қоғоз (флип чарт), фломастерлар, эксперт варақлари график органайзерлар.

**Тавсия этилган адабиётлар:** А5;А6;А7;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Ишлаб чиқариш режаси.** Бизнес режани «Ишлаб чиқариш режаси» булимини тузиш учун зарур булган маълумотлар олиш манбалари улардан

фойдаланиш тартиби, тахлил килиши ва амалиетда кандай кулланилиши хакида керакли маълумотларни бериш.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** Маъруза, ақлий хужум, намойиш этиш, зигзаг техникаси.

**Тавсия этилган адабиётлар:** А5;А6;А7;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Ташкилий режа ва менежмент.** Бизнес режани «Ташкилий режа ва менежмент» булимини тузиш учун зарур булган маълумотлар олиш манбалари улардан фойдаланиш тартиби, тахлил килиши ва амалиетда кандай кулланилиши хакида керакли маълумотларни бериш.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** Маъруза, тезкор-сўров, «эксперт сўрови» методи, тахлил.

**Тавсия этилган адабиётлар:** А3;А6;А7;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Корхонанинг молиявий режаси.** Бизнес режани «Молиявий режа» булимини тузиш учун зарур булган маълумотлар олиш манбалари улардан фойдаланиш тартиби, тахлил килиши ва амалиетда кандай кулланилиши хакида керакли маълумотларни бериш.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** Маъруза, ҳамкорликда ўқиш, Б.Б.Б. техникаси.

**Тавсия этилган адабиётлар:** А1;А6;А7;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**Бизнес-режанинг самарадорлигини баҳолаш.** Бизнес режани «Лойха самарадорлиги булими» буйича тузиш учун зарур булган маълумотлар олиш манбалари улардан фойдаланиш тартиби, тахлил килиши ва амалиетда кандай кулланилиши хакида керакли маълумотларни бериш.

**Қўлланиладиган таълим технологиялари:** Маъруза, тушунтириш, инструкция бериш, намойиш, блиц-сўров, парадокслар усули.

**Тавсия этилган адабиётлар:** А1;А2;А7;А9; Қ1;Қ5;Қ6;Қ10.

**“Бизнес-режа” фани бўйича семинар ва амалий машғулотининг календар тематик режаси**

<i>m/p</i>	<i>Семинар ва амалий машғулотлар мавзулари</i>	<i>соат</i>
	<b>1-мавзу. Бозор, иқтисодиёт ва бизнес</b>	4
1.1.	<b>1.1. Бозор иқтисоди ва бизнес</b>	2
1.1.1	Бозор иқтисодиёти, унинг тамойиллари ва ўзига хос хусусиятлари	
1.1.2	<i>Бизнес – бозор иқтисодиётининг устивор соҳаси</i>	
1.1.3	<i>Бизнес ва аҳоли бандлиги</i>	
	<b>1.2. Бозор иқтисоди шароитида режалаштириш ва башоратлаш</b>	2
1.2.1.	Бозор шароитларида режалаштириш ва башорат қилишнинг объектив зарурати	
1.2.2.	Режалаштириш ва башорат қилишнинг мақсад ва вазифалари	
1.2.3.	Режалаштириш ва башорат қилишнинг норматив асослари	
	<b>2-мавзу: Корхона фаолиятида бизнес- режалаштириш</b>	4
	<b>2.1.Корхона фаолиятида бизнес- режалаштириш</b>	2
2.1.1	Корхона ва унинг ишлаб чиқариш фаолияти режалаштиришнинг объекти сифатида	
2.1.2	Бозор шароитларида корхона фаолиятини тартибга солиш ва режалаштириш	
2.1.3	Бизнеснинг ахборот асослари	
	<b>2.2.Корхонанинг бизнес – режаси</b>	2
2.2.1.	Бизнес-режанинг моҳияти ва вазифалари	
2.2.2.	Бизнес-режани тайёрлаш босқичлари	
2.2.3	Бизнес-режа тузилмаси (структураси)	
	<b>3-мавзу: Бизнес - режанинг асосланганлиги ва ишончлилиги</b>	2
3.1.	Бизнес-режани ишлаб чиқишни бошқариш	
3.2.	Бизнес-режанинг ресурслар билан таъминланганлиги	
3.3.	Режалаштирилаётган бизнесни суғурталаш	
	<b>4 -мавзу. Корхонанинг тавсифланиши</b>	2
	<b>4.1.Корхонанинг тавсифланиши</b>	
4.1.1	Бизнес-режанинг резюмеси (қисқача мазмуни)	
4.1.2	Корхонанинг тармоқдаги ва бозордаги ҳолати таҳлили	
4.1.3	Корхонани баҳолаш	
	<b>4.2. Корхона маҳсулотини тавсифлаш</b>	
4.2.1	Корхона маҳсулотининг комплексли тавсифномаси ва баҳоланиши	

4.2.2	Маҳсулотни баҳолаш усуллари	
4.2.3	Товарнинг ҳаётийлик даври	
	<b>5 -мавзу. Корхонанинг маркетинг режаси</b>	2
5.1.	Маркетинг моҳияти ва функциялари	
5.2.	Бозорни баҳолаш ва истеъмолчилик талабини ўрганиш	
5.3	Маҳсулотни бозорга чиқариш стратегияси	
5.4	Маркетинг режаси ва дастури	
	<b>6-мавзу. Ишлаб чиқариш режаси</b>	2
6.1.	Ишлаб чиқариш режаси таркиби ва кўрсаткичлар тизими	
6.2.	Ишлаб чиқариш режасининг ишлаб чиқариш қувватлари билан асослаб берилиши	
6.3.	Ишлаб чиқариш режасининг ресурслар билан таъминланганлиги	
	<b>7-мавзу. Ташкилий режа ва менежмент</b>	2
7.1.	Вазифаси ва асосий қоидалари	
7.2.	Бошқарувни ташкил этиш	
7.3	Кадрлар сиёсати ва персонални бошқариш	
	<b>8-мавзу. Молиявий режа</b>	2
8.1	Молиявий режанинг моҳияти ва асосий бўлимлари	
8.2	Даромад ва харажатларни режалаштириш	
8.3	Корхонанинг пул оқимлари, башорат баланси ва зарар кўрмаслигини режалаштириш	
	<b>9 - мавзу.</b> <b>Бизнес-режанинг самарадорлигини баҳолаш</b>	2
9.1	Вақт бўйича пул қиймати	
9.2	Инфляцияни баҳолаш	
9.3	Бизнес-режани амалга ошириш учун инвестициялар самарадорлигини баҳолаш кўрсаткичлари ва уларни ҳисоблаш услубияти	
Жами:		22

## Мустақил таълимни ташкил этишнинг шакли ва мазмуни

Фан бўйича талабаларга мустақил иш учун 42 соат ажратилган.

Мустақил ишни ташкил этишда қуйидаги шакллардан фойдаланилади: айрим назарий мавзуларни ўқув адабиётлари ёрдамида ўзлаштириш; амалий машғулотлар учун топширилган, мавзуга доир масалалар, кейс-стади ва ўқув лойиҳаларини Ахборот ресурс маркази манбалари ҳамда изланиш объекти бўлмиш корхона ва ташкилотларнинг ижтимоий-иқтисодий кўрсаткичлари ҳамда Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика Қўмитаси маълумотларини тўплаган ҳолда бажариш; илмий-амалий анжуманларга маъруза тезислари ва илмий мақолаларни тайёрлаш.

*Талаба мустақил ишни тайёрлашда муайян фаннинг хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда қуйидаги шакллардан фойдаланиш тавсия этилади:*

- *вазирликлар ва идораларнинг тегишли расмий ҳужжатларини (йўриқ хатлари, низомларни) мустақил ўзлаштириш;*
- *фан мавзуларига тааллуқли Президент фармонлари ва қарорларини мустақил ўрганиш;*
- *фан мавзуларига оид Ўзбекистон Республикаси қонунлари ва қонуний ҳужжатларни мустақил ўрганиш;*
  - *дарслик ва ўқув қўлланмалар бўйича фан боблари ва мавзуларини ўрганиш;*
  - *тарқатма материаллар бўйича маърузалар қисмини ўзлаштириш;*
  - *махсус адабиётлар бўйича фанлар бўлимлари ёки мавзулари устида ишлаш;*
    - *янги техника ва технологияларни ўрганиш;*
- *талабанинг ўқув-илмий-тадқиқот ишларини бажариш билан боғлиқ бўлган фанлар бўлимлари ва мавзуларни чуқур ўрганиш;*
- *интернет саҳифаларидан тегишли ахборотларни, маълумотларни таҳлил қилиш;*
- *Ўзбекистон Республикаси Статистика қўмитаси маълумотларини, корхона ва ташкилотларнинг статистик ва бухгалтерия ҳисоботларни мустақил таҳлил қилиш ва бошқа ўқитувчининг топшириқларини бажариш ва*  
*ҳ.к.*

<b>Т/Р</b>	<b>Мустақил таълим мавзулари</b>	<b>Берилган топшириқлар</b>	<b>Бажариш муддати</b>	<b>Хажми (соатда)</b>
------------	----------------------------------	-----------------------------	------------------------	-----------------------

1.	Бозор иқтисоди ва бизнес. Бозор иқтисоди шароитида режалаштириш ва башоратлаш.	Адабиётлардан конспект килиш. Индивидуал топширикларни бажариш.	1 ҳафта	6
2.	Корхона фаолиятида бизнес – режалаштириш. Корхонанинг бизнес – режаси	Адабиётлардан конспект килиш. Масалалар ечиш. Мустакил топширикларни бажариш.	2,3,4,5,6,7 ҳафталар	6
3.	Бизнес - режани асосланганлиги ва ишончлилиги	Адабиётлардан конспект килиш. Масалалар ечиш. Мустакил топширикларни бажариш.	8,9, ҳафталар	4
4.	Корхонанинг тавсифланиши. Корхона маҳсулотини тавсифлаш	Адабиётлардан конспект килиш. Масалалар ечиш. Мустакил топширикларни бажариш.	10,11, ҳафталар	6
5.	Корхонанинг маркетинг режаси	Адабиётлардан конспект килиш. Масалалар ечиш. Мустакил топширикларни бажариш.	12,13, ҳафталар	4
6.	Ишлаб чиқариш режасини ишлаб чиқиш	Адабиётлардан конспект килиш. Масалалар ечиш. Мустакил топширикларни бажариш.	14 ҳафта	4
7.	Ташкилий режа ва менежмент	Адабиётлардан конспект килиш. Масалалар ечиш. Мустакил топширикларни бажариш.	15 ҳафта	4
8.	Корхонанинг	Адабиётлардан конспект килиш. Масалалар ечиш.	16 ҳафта	4

	молиявий режаси	Мустакил топширикларни бажариш.		
9.	Бизнес режа самарадорлигини баҳолаш			4
<b>Жами:</b>				42

### **“Бизнес-режа” фанидан талабалар билимини рейтинг тизими асосида баҳолаш мезони**

“Бизнес-режа” фани бўйича рейтинг жадваллари, назорат тури, шакли, сони ҳамда ҳар бир назоратга ажратилган максимал балл, шунингдек жорий ва оралик назоратларининг саралаш баллари ҳақидаги маълумотлар фан бўйича биринчи машғулотда талабаларга эълон қилинади.

Фан бўйича талабаларнинг билим савияси ва ўзлаштириш даражасининг Давлат таълим стандартларига мувофиқлигини таъминлаш учун қуйидаги назорат турлари ўтказилади:

- **жорий назорат (ЖН)** – талабанинг фан мавзулари бўйича билим ва амалий кўникма даражасини аниқлаш ва баҳолаш усули. Жорий назорат фаннинг хусусиятидан келиб чиққан ҳолда амалий машғулотларда оғзаки сўров, тест ўтказиш, суҳбат, назорат иши, уй вазифаларини текшириш ва шу каби бошқа шаклларда ўтказилиши мумкин;
- **оралиқ назорат (ОН)** – семестр давомида ўқув дастурининг тегишли (фанларнинг бир неча мавзуларини ўз ичига олган) бўлими тугаллангандан кейин талабанинг назарий билим ва амалий кўникма даражасини аниқлаш ва баҳолаш усули. Оралиқ назорат бир семестрда икки марта ўтказилади ва шакли (ёзма, оғзаки, тест ва ҳоказо) ўқув фанига ажратилган умумий соатлар ҳажмидан келиб чиққан ҳолда белгиланади;
- **якуний назорат (ЯН)** – семестр якунида муайян фан бўйича назарий билим ва амалий кўникмаларни талабалар томонидан ўзлаштириш даражасини баҳолаш усули. Якуний назорат асосан таянч тушунча ва ибораларга асосланган “Ёзма иш” шаклида ўтказилади.

**ОН** ўтказиш жараёни кафедра мудирини томонидан тузилган комиссия иштирокида мунтазам равишда ўрганиб борилади ва уни ўтказиш тартиблари

бузилган ҳолларда, **ОН** натижалари бекор қилиниши мумкин. Бундай ҳолларда **ОН** қайта ўтказилади.

Олий таълим муассасаси раҳбарининг буйруғи билан ички назорат ва мониторинг бўлими раҳбарлигида тузилган комиссия иштирокида **ЯН** ни ўтказиш жараёни мунтазам равишда ўрганиб борилади ва уни ўтказиш тартиблари бузилган ҳолларда, **ЯН** натижалари бекор қилиниши мумкин. Бундай ҳолларда **ЯН** қайта ўтказилади.

Талабанинг билим савияси, кўникма ва малакаларини назорат қилишнинг рейтинг тизими асосида талабанинг фан бўйича ўзлаштириш даражаси баллар орқали ифодаланади.

«**Бизнес-режа**» фани бўйича талабаларнинг семестр давомидаги ўзлаштириш кўрсаткичи 100 баллик тизимда баҳоланади. Ушбу 100 балл баҳолаш турлари бўйича қуйидагича тақсимланади:

ЯН -30 балл, қолган 70 балл эса ЖН -35 балл ва ОН -35 балл қилиб тақсимланади.

Балл	Баҳо	Талабанинг билим даражаси
1	2	3
86-100	“Аъло”	<p>“Бизнес-режа” курсининг мазмуни ва моҳиятини тулиқ тушуниб етиш. Бизнес-режалаштириш, режалаштириш технологиясининг замонавий услублари ва амалиёти, бизнес-режанинг тузилмаси ва мазмунини, бизнес-режани бўлимларининг режалаштириш услублари, бизнес-режани илгари суриш механизми, бизнес-режанинг самарадорлиги баҳолаш услубияти тўғрисидаги тулиқ маълумотга эга бўлиш.</p> <p>Стратегик режалаштириш, дастурлар ҳақида тулиқ маълумотга эга бўлиш.</p>
71-85	“Яхши”	<p>“Бизнес-режа” курсининг мазмуни ва моҳиятини тўғрисидаги тушунчага тўласинча эга бўлмаслик.</p> <p>Бизнес-режалаштириш, режалаштириш технологиясининг</p>

		замонавий услублари ва амалиёти тўғрисидаги тушунчага тўласинча эга бўлмаслик.  Стратегик режалаштириш, дастурлар ҳақидаги тўлиқ тушунчага эга бўлмаслик.
55-70	“Қони қарли”	“Бизнес-режа” фани бўйича умумий тушунчанинг мавжудлиги.  Бизнес-режани бўлимларининг режалаштириш услублари ҳақидаги маълумотга эга бўлиш. Стратегик режалаштириш, дастурлар ҳақидаги тўлиқ тушунчага эга бўлмаслик.
0-54	“Қони қарсиз”	“Бизнес-режа” фанининг мазмуни ва моҳиятини билмаслик.  Бизнес-режанинг тузилмаси ва мазмунини тўғрисидаги тушунчанинг мавжуд эмаслиги. Бизнес-режани бўлимларининг режалаштириш услубларини билмаслик.

*Фан бўйича саралаш бали 55 баллни таъкил этади. Талабанинг саралаш балидан паст бўлган ўзлаштириши рейтинг дафтарчасида қайд этилмайди.*

*Талабаларнинг ўқув фани бўйича мустақил иши жорий, оралиқ ва якуний назоратлар жараёнида тегишли топшириқларни баъжариши ва унга ажратилган баллардан келиб чиққан ҳолда баҳоланади.*

*Талабанинг фан бўйича рейтинги қуйидагича аниқланади:*

$$R=(V \cdot U):100$$

*бу ерда: V - семестрда фанга ажратилган умумий ўқув юкламаси (соатларда);*

*U - фан бўйича ўзлаштириш даражаси (балларда).*

*Фан бўйича жорий ва оралиқ назоратларга ажратилган умумий баллнинг 55 фоизи саралаш балл ҳисобланиб, ушбу фоиздан кам балл тўплаган талаба якуний назоратга киритилмайди.*

*Жорий **ЖН** ва оралиқ **ОН** турлари бўйича 55 балл ва ундан юқори балли тўплаган талаба фанни ўзлаштирган деб ҳисобланади ва ушбу фан бўйича якуний назоратга кирмаслигига йўл қўйилади.*

*Талабанинг семестр давомида фан бўйича тўплаган умумий бали ҳар бир назорат туридан белгиланган қоидаларга мувофиқ тўплаган баллари*

йигиндисига тенг.

**ОН** ва **ЯН** турлари календар тематик режага мувофиқ деканат томонидан тузилган рейтинг назорат жадваллари асосида ўтказилади. **ЯН** семестрнинг охириги 2 ҳафтаси мобайнида ўтказилади.

**ЖН** ва **ОН** назоратларда саралаш балидан кам балл тўплаган ва узрли сабабларга кўра назоратларда қатнаша олмаган талабага қайта топшириши учун, навбатдаги шу назорат туригача, сўнгги жорий ва оралиқ назоратлар учун эса якуний назоратгача бўлган муддат берилади.

Талабанинг семестрда **ЖН** ва **ОН** турлари бўйича тўплаган баллари ушбу назорат турлари умумий балининг 55 фоизидан кам бўлса ёки семестр якуний жорий, оралиқ ва якуний назорат турлари бўйича тўплаган баллари йигиндисига 55 балдан кам бўлса, у академик қарздор деб ҳисобланади.

Талаба назорат натижаларидан норози бўлса, фан бўйича назорат тури натижалари эълон қилинган вақтдан бошлаб бир кун мобайнида факультет деканига ариза билан мурожаат этиши мумкин. Бундай ҳолда факультет деканининг тақдимномасига кўра ректор буйруғи билан 3 (уч) аъзодан кам бўлмаган таркибда апелляция комиссияси ташкил этилади.

Апелляция комиссияси талабаларнинг аризаларини кўриб чиқиб, шу куннинг ўзида хулосасини билдиради.

Баҳолашнинг ўрнатилган талаблар асосида белгиланган муддатларда ўтказилиши ҳамда расмийлаштирилиши факультет декани, кафедра мудури, ўқув-услугий бошқарма ҳамда ички назорат ва мониторинг бўлими томонидан назорат қилинади.

### **Талабалар ОН дан тўплайдиган балларнинг намунавий мезонлари**

№	Кўрсаткичлар	ОН баллари		
		макс	1-ОН	2-ОН
1	Дарсларга қатнашганлик даражаси. Маъруза дарсларидаги фаоллиги, конспект дафтарларининг юритилиши ва тўлиқлиги.	15	0-7	0-8
2	Талабаларнинг мустақил таълим топшириқларини ўз вақтида ва сифатли бажариши ва ўзлаштириши.	10	0-5	0-5
3	Оғзаки савол-жавоблар ва бошқа назорат турлари натижалари бўйича	10	0-5	0-5
<b>Жами ОН баллари</b>		<b>35</b>	<b>0-17</b>	<b>0-18</b>

### **Талабалар ЖН дан тўплайдиган балларнинг намунавий мезонлари**

№	Кўрсаткичлар	ЖН баллари		
		макс	1-	2-

			<b>ОН</b>	<b>ОН</b>
1	<i>Дарсларга қатнашганлик ва ўзлаштириши даражаси. Амалий ва семинар машғулотлардаги фаоллиги, амалий ва семинар машғулот дафтарларининг юритилиши ва ҳолати</i>	15	0-7	0-8
2	<i>Мустақил таълим топшириқларининг ўз вақтида ва сифатли бажарилиши. Мавзулар бўйича уй вазифаларини бажарилиши ва ўзлаштириши даражаси.</i>	10	0-5	0-5
3	<i>Ёзма назорат иши ёки тест саволларига берилган жавоблар</i>	10	0-5	0-5
<b>Жами ОН баллари</b>		<b>35</b>	<b>0-17</b>	<b>0-18</b>

*Яқуний назорат “Ёзма иш” шаклида белгиланган бўлса, у ҳолда яқуний назорат 30 баллик “Ёзма иш” вариантлари асосида ўтказилади.*

*Агар яқуний назорат марказлашган тест асосида ташиқил этилган бўлиб фан бўйича яқуний назорат “Ёзма иш” шаклида белгиланган бўлса, у ҳолда яқуний назорат қўйидаги жадаввал асосида амалга оширилади*

№	Кўрсаткичлар	ЯН баллари	
		макс	Ўзгариш оралиғи
1	<i>Фан бўйича яқуний ёзма иш назорати</i>	6	0-6
2	<i>Фан бўйича яқуний тест назорати</i>	24	0-24
<b>Жами</b>		<b>30</b>	<b>0-30</b>

### **Яқуний назоратда “Ёзма иш”ларни баҳолаш мезони**

*Яқуний назорат “Ёзма иш” шаклида амалга оширилганда, синов кўп вариантли усулда ўтказилади. Ҳар бир вариант 2 та назарий савол ва 1 та амалий топшириқдан иборат. Назарий саволлар фан бўйича таянч сўз ва иборалар асосида тузилган бўлиб, фаннинг барча мавзуларини ўз ичига қамраб олган.*

*Ҳар бир назарий саволга ёзилган жавоблар бўйича ўзлаштириши кўрсаткичи 0-10 балл оралиғида баҳоланади. Амалий топшириқ эса 0-10 балл оралиғида баҳоланади. Талаба максимал 30 балл тўплаши мумкин.*

*Ёзма синов бўйича умумий ўзлаштириши кўрсаткичини аниқлаш учун вариантда берилган саволларнинг ҳар бири учун ёзилган жавобларга қўйилган ўзлаштириши баллари қўйилади ва йигинди талабанинг яқуний назорат бўйича ўзлаштириши бали ҳисобланади.*

## ***ТАВСИЯ ЭТИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ***

### ***Асосий адабиётлар:***

14. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т.:Ўзбекистон, 2009. - 56 б.
15. Абдукаримов Б.А. Бозор иқтисоди шароитида бизнес режанинг моҳияти. Маъруза матни. СамКИ, 1997 й.
16. Абдуллаев А., бошк. Бизнес-режа. Т.: Молия, 2002 й.
17. Бенгз Дэвид Г. «Руководство по составлению бизнес плана». М : Финпресс. 1998г.
18. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование. М.:ИНФРА-М, 2000 г.
19. Богданова Е.И. Планирование на предприятии туризма СПб.:Изд.дом «Бизнес-пресс», 2004 г.
20. Махмудов Э.Х., др. Бизнес-планирование. Т.:ТГЭУ, 2004г.
21. Сухова Л.Ф. и др. Практикум по разработке бизнес плана и финансовому анализу предприятия. М. «Финансы и статистика», 2000 г.
22. Уткин Э. Бизнес план компании. М.: ТАНДЕМ, ЭКМОС, 2000 г.
23. Попов В.М. Сборник бизнес планов с комментариями и рекомендациями. М.: «Кно Рус», 2000 г.
24. Попов В.М. Финансовый бизнес план. М.: «Финансы и статистика», 2000 г.
25. Циферблат Л.Ф. Бизнес план, работа над ошибками. М.: «Финансы и статистика», 1999 г.

### ***Қўшимча адабиётлар:***

11. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. Учебно-методическое пособие. М.: Финансы и статистика.1998 г.
12. Басовский Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. М.: ИНФРА-М,1999 г.
13. Додобоев Ю.Т., Мамутова Х.Ш. Стратегическое планирование. Фаргона, КУНПЦП, 2000 г.
14. Додобоев Ю., бошк. Фирма фаолиятини режалаштириш. Наманган: КТУИИЧМ,1999 й.
15. Ефремов В.С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования. М.: Финансы и статистика,1998 г.
16. Уткин Э.А., др. Бизнес план. Как развернуть собственное дело. М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем»,1998 г.
17. Уткин Э.А., др. Бизнес план. Как развернуть собственное дело. М.: АКАЛИС,1996 г.
18. Уткин Э.А., др. Бизнес план. Организация и планирование предпринимательской деятельности. М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», ЭКМОС,1998 г.
19. Идрисов А.Б., др. Стратегическое планирование и анализ эффективности инвестиции. М. : Инф. – издат. Дом «Филинь»,1998 г.
20. Истамов Д.И., др. Экономическая безопасность предприятий и защита коммерческой тайны. Глава 3. Бизнес планирование как основа экономической безопасности предприятия. СамКИ,1995 г.

#### **Интернет Сайтлари:**

11. Дарслик ўқув кўлланмалар ва маъруза матнларининг электрон вариантлари,
12. [www.wto.org](http://www.wto.org)
13. [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)
14. [www.gov.uz](http://www.gov.uz)
15. [www.cer.uz](http://www.cer.uz)
16. [www.tsue.uz](http://www.tsue.uz)
17. [www.review.uz](http://www.review.uz)
18. [www.imf.org](http://www.imf.org)
19. <http://www.e-ducate.ru/info/390>
20. <http://lib.kstu.ru/litindex/bull03-1/03-04-31.htm>

## 2. «БИЗНЕС-РЕЖА» ЎҚУВ КУРСИНИНГ МАЗМУНИ

### **1-мавзу: Бозор иқтисоди ва бизнес**

#### **1.1. Бозор иқтисоди ва бизнес**

Бозор иқтисодиёти, буйруқбозлик иқтисодиёти ва аралаш иқтисодиётининг белгилари ва фаркли томонлари. Бозор иқтисодиётининг хусусиятлари. Бизнес тамойиллари. Бизнес ва тадбиркорлик. Бизнес – бозор иқтисодиётининг устивор соҳаси. Бизнеснинг мақсади. Ўзбекистонда кичик бизнесни ривожлантириш. Ишлаб чиқаришда нодавлат секторни тутган ўрни. Бизнес ва аҳоли бандлиги. Иқтисодиётни глобаллаштириш ва илмий техник тараққиётни ривожланиши. Кичик бизнеснинг ривожланиш кўрсаткичлари. Ўзбекистон Республикаси Президентининг кичик бизнесни қўллаб-қувватлашга доир Фармонлари ва Қарорлари. ЯИМ да кичик бизнеснинг улуши. Ўзбекистонда ташкилий-ҳуқуқий шаклни ўзгартирган корхоналар. Корхоналарни молиявий барқарорлиги.

#### **1.2. Бозор иқтисоди шароитида режалаштириш ва башоратлаш**

Режалаштириш ва башорат қилиш тушунчалари. Корхона(фирма)да режалаштириш тизими. Нима ишлаб чиқариш, кимга ва қанча ишлаб чиқариш. Экстраполяция, мантикий таҳлил, иқтисодий-математика, экспертлик баҳолаш, корреляцион ва бошқа режалаштириш усуллари. Бозор иқтисодиёти

шароитида режалаштириш ва прогнозлашнинг объектив зарурияти. Режалаштириш ва прогнозлашнинг мақсади, функциялари ва вазифалари. Иқтисодий таҳлилнинг вазифалари. Бир мақсадли прогнознинг вазифаси. Режалаштириш ва прогнозлашнинг норматив асоси. Норма ва норматив тушунчалари, асосий гуруҳлари ва ҳўжалик бошқарувида тутган ўрни. Норматив асоснинг таснифланиши ва мақсадлари.

## **2-мавзу: Корхона фаолиятида бизнес-режалаштириш**

### **2.1. Корхона фаолиятида бизнес-режалаштириш**

Корхона ва унинг ишлаб чиқариш фаолияти - режалаштириш объекти сифатида. Стратегик режалаштириш жараёни. Стратегик мақсадни танлаш. Стратегик мақсадларга таянган моддий, молиявий ва меҳнат ресурсларини шакллантириш. Илмий асосланган режалаштириш. Режалаштиришнинг иккита асосий муаммолари. Режалаштиришнинг миқдор ва сифат, ҳажм ва солиштирма кўрсаткичлари. Бозор муносабатлари шароитида корхона фаолиятини режалаштириш ва тартибга солиш. Тартибга солишнинг мақсадлари. Жорий фаолиятни тартибга солиш. Давлат томонидан тартибга солишнинг асосий йўналишлари.

### **2.2. Корхонанинг бизнес-режаси**

Бизнес-режанинг функциялари бўйича иқтисодчиларининг турли қарашлари. Бизнес-режанинг моҳияти ва вазифалари. Бизнес-режаларнинг аҳамияти ва зарурияти. Бизнес-режа - янги бизнеснинг юраги, ҳўжалик бошқарувининг воситаси. Бизнес-режани тайёрлаш босқичлари. Бизнес-режанинг лойиҳа варианты. Бизнес режани расмийлаштириш ва тасдиқлаш. Расмий ва ишчи бизнес-режа. Корхона миссияси. Корхона этикаси. Корхона танлаб олган қадриятлар йўналиши. Бизнес-режа мақсадларини ишлаб чиқиш. Мақсаднинг бизнес тизимидаги бешта функцияси. Мақсадларнинг мазмуни ва шаклига қўйиладиган талаблар. Бизнес-режанинг ахборотлар манбаи. Бизнес-режа тузилмасини танлаш.

### **3-мавзу: Бизнес-режанинг асосланганлиги ва ишончилиги**

Бизнес-режани ишлаб чиқишни бошқаришнинг зарурати. Бизнес-режани тузишда раҳбарнинг роли. Бизнес-режани ишлаб чиқиш муддатлари. Бизнес-режани ресурслар билан таъминланганлиги. Корхона ходимларнинг малакаси ва касбий кўникмалар. Бизнесни суғурталаш. Бизнес-режанинг муваффақиятини омиллари. Моддий ресурслар иқтисоди. Ресурс билан таъминлашда талаб қилинадиган билимлар. Ҳуқуқий таваккалчиликлар. Ишлаб чиқариш таваккалчиликлари. Маркетинг таваккалчиликлари. Молиявий, инновацион, ижтимоий таваккалчилик. Таваккалчилик оқибатларини объектив ўлчаниши ва қиймат баҳосига эга бўлишининг зарурати.

### **4-мавзу: Корхона тавсифи**

#### **4.1. Корхона тавсифи**

Бизнес-режа титул варағи. Бизнес-режанинг кириш қисми. Резюме. Корхонанинг тармоқдаги ва бозордаги ҳолати таҳлили. Тармоқни тавсифлаш. Тадбиркорлик фаолияти соҳасини танлашнинг асосий омиллари. Корхонани баҳолаш. Бозорни ва асосий рақобатчиларни таҳлил қилиш. Корхона тавсифномаси SWOT- таҳлил. Корхона ва унинг рақобатчиларининг кучли ва заиф томонлари таҳлили.

#### **4.2. Корхона маҳсулотини тавсифлаш**

Маҳсулотнинг умумий тавсифи ва уни баҳолаш. Маҳсулотни баҳолаш усуллари. Маҳсулотнинг иқтисодий кўрсаткичлари. Товар қондирувчи эҳтиёжлар. Сифат кўрсаткичлари. Товарнинг ташқи безалиши. Экспорт кўрсаткичлари ва унинг имкониятлари. Маҳсулотни такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари. Маҳсулот (товар)нинг ҳаётийлик даври кўрсаткичлари. Эҳтиёжларни қондириш воситаси. Бозорнинг асосий қонунлари. Бозорда рақобат ва рақобатбардошлик. Янги маҳсулотни тавсифлаш ва бошқа маҳсулотлар билан таққослаш. Патент ҳуқуқлари. Маҳсулотнинг кучли ва заиф томонлари.

### **5-мавзу: Маркетинг режаси**

Маркетинг режаси бўлимининг аҳамияти. Замонавий маркетингни ташкил қилиш ва уни комплекс ўрганиш. Маркетингнинг таҳлилий функцияси. Маркетингнинг бошқарув ва назорат функцияси. Маркетинг стратегияси. Товар сиёсати. Баҳо(нарх) сиёсати. Сотиш сиёсати. Коммуникатив (ахборот алмашинуви) сиёсати. Маркетинг бюджети. Оммавий маркетинг. Дифференциал маркетинг. Йўналтирилган маркетинг. Ассортимент сиёсати. Янги маҳсулотни яратиш. Маҳсулот сифати соҳасидаги корхона стратегияси. Дизайн стратегияси. Товарнинг бозор атрибутлари (белгилари). Сервис хизматини ташкил этиш стратегияси. Бозорни ва соғувни тадқиқ

қилиш. Бозор сиғимини баҳолаш. Бозорни сегментлаш. Бозор ўзгаришлари ва ривожланиш тенденциялари таҳлили, хусусан, иқтисодий, фан-техника, демографик, экологик, қонунчилик ва бошқа омилларни таҳлил қилиш. Бозор тузилмасини ўрганиш. Сотув ҳажмини башорат қилиш. Корхонанинг баҳо стратегияси. Баҳони шакллантириш усулини танлаш. Корхонанинг баҳо тактикаси. Баҳони бозор суғуртасини (кафолатини) таъминлаш. Фирма стили. Маркетинг коммуникациялари комплекси: реклама, сотувни рағбатлантириш, шахсан сотиш, жамоатчилик билан ишлаш, тўғридан-тўғри маркетинг, спонсоринг, маҳсулот-плейсмент, брэндинг.

#### **6-мавзу: Ишлаб чиқариш режаси**

Ишлаб чиқариш режасининг мазмуни, мақсади ва вазифалари. Ишлаб чиқариш дастури. Ишлаб чиқариш технологияси. Ишлаб чиқариш кооперацияси. Ишлаб чиқариш жараёни назорати. Атроф муҳит муҳофазаси тизими. Харажатлар башорати. Ишлаб чиқариш режасининг кўрсаткичлар тизими. Ялпи маҳсулот, товар маҳсулот ва тугалланмаган ишлаб чиқаришнинг ҳажми. Ишлаб чиқариш режасини ишлаб чиқариш қувватлари билан таъминланиши. Ишлаб чиқариш режасининг ресурслар билан таъминланганлиги. Ресурслардан фойдаланишни баҳолаш. Ишлаб чиқаришда ресурсларга талабни аниқлашнинг норматив, статистик ва эмпирик усуллари. Киришдаги, чиқишдаги, ўртача йиллик ва лойиҳа қуввати. Моддий заҳираларни аниқлаш. Айланма маблағлар таркиби, айланиши ва кўрсаткичлари. Айланма маблағларга бўлган эҳтиёж.

#### **7-мавзу: Ташкилий режа ва менежмент**

Ташкилий режанинг мазмуни, мақсади ва вазифалари. Корхонанинг кадрлар сиёсати. Ташкилий тузилма. Кадрлар салоҳияти. Кадрларни малакаси ва касбий кўникмаларининг даражаси. Ташкилий режанинг менежментга бўлган талаблари. Бошқарув командаси. Ишлаб чиқариш кучларини жойлаштириш. Персонални бошқариш. Бизнес-режанинг ишбилармонлик жадвали. Бошқарувни ташкил этиш. Ходимларнинг ҳуқуқлари ва мажбуриятлари. Бизнес-режани амалга ошириш бўйича корхонадаги бўлимларнинг ўзаро ҳаракатини ташкил этиш ва тартибга солиш. Бошқаришни ташкил этиш.

#### **8-мавзу: Корхонанинг молиявий режаси**

Молиявий режанинг аҳамияти, мазмуни ва асосий бўлимлари. Маҳсулот сотиш ҳажмини башоратлаш. Даромад ва харажатлар баланси. Актив ва пассивлар баланси. Молиявий режа сифатига таъсир этувчи омиллар. Молиявий режани ишлаб чиқиш муддати ва давомийлиги. Ишлаб чиқариш харажатлари, солиқ ва тўловлар. Корхона фаолиятининг молиявий натижалари. Корхонанинг молиявий барқарорлиги кўрсаткичлари. Корхонада фойдани шакллантириш ва тақсимлаш. Молиялаш стратегияси. Корхонани зарарсиз ишлаши. Корхона салоҳияти. Пул оқимларини ўзлаштириш.

#### **9-мавзу: Бизнес-режанинг самарадорлигини баҳолаш**

Бўлимнинг аҳамияти ва асосий қисмлари. Вақт бўйича пул қийматини ҳисобга олиш. Пулнинг истеъмол ва реал қийматини ҳисоблаш. Самарадорликни баҳолаш кўрсаткичлари ва уларни ҳисоблаш услублари. Инфляцияни баҳолаш. Дисконтлаш ставкаси. Дисконтлаш коэффициенти. Реал инвестициялар самарадорлигини баҳолаш тамойиллари. Соф келтирилган (дисконтланган) даромад. Даромадлилик индекси. Ички даромадлилик нормаси. Харажатларнинг қопланиш даври.

### **3. «БИЗНЕС-РЕЖАЛАШТИРИШ» ЎҚУВ КУРСИ БЎЙИЧА МАЪРУЗА ВА АМАЛИЙ МАШҒУЛОТЛАРДА ЎҚИТИШ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШНИНГ КОНЦЕПТУАЛ АСОСЛАРИ**

Ўзбекистон ўз истиқлол ва тараққиёт йўлидан ривожланиб, халқаро майдонда ўзининг муносиб ўрнини топмоқда. Давлатимизнинг мустақил тараққиёт йўлини таъминлаш учун ижтимоий-сиёсий, иқтисодий, маданий ва маърифий соҳаларда чуқур ислохотлар амалга оширилмоқда. Жамият ва инсон манфаатига қаратилган бу ислохотларнинг самараси бевосита таълим тизимида тайёрланаётган мутахассис кадрларнинг салоҳиятига боғлиқдир.

Шу боис мустақилликнинг дастлабки кунларидан бошлаб сифатли кадрлар

тайёрлашга қодир миллий асосга қурилган ва жаҳондаги илғор давлатлар таълими тараққиёти тажрибаларига таянадиган кадрлар тайёрлаш тизимини яратиш асосий вазифаларидан бирига айланди. 1997 йилда қабул қилинган Ўзбекистон Республикасининг “Таълим тўғрисида”ги қонуни ва “Кадрлар тайёрлаш миллий дастури” миллий таълим тараққиёти ва миллий кадрлар тайёрлаш тизими истиқболларини белгиловчи ҳужжат сифатида бу соҳадаги ишларни ривожлантиришда яна бир тарихий давр бошланишига замин яратди.

Кадрлар тайёрлаш Миллий дастурининг иккинчи босқичи таълим жараёнидаги сифат кўрсаткичларини яхшилаш, яъни жаҳон андозаларига мос, рақобатбардош, юқори савияга эга бўлган мутахассислар тайёрлашдир. Ушбу мураккаб муаммоларни ечимини топиб, уларни амалда кенг қўллаш олий таълим тизими ходимлари олдига жуда катта вазифалар белгилайди. Бунда аниқ вазифалар сифатида бевосита ўқув жараёнини яхшилаш, ўқув дастурларини янада такомиллаштириш, ўқитишнинг замонавий педагогик технологияларини амалга жорий қилиш, техник воситаларидан кенг фойдаланиш ва шу асосда масофадан ўқитишни кенг жорий қилишдан иборатдир.

Таълим сифати ва усулига қараб билим ҳосил бўлади. Бу ўқитувчининг маҳоратинигина эмас, балки тингловчининг истак-хоҳиши, қобилияти ва билим даражасини ҳам белгилайди. Таълим узоқ давом этадиган жараёндир. Билим эса таълимнинг узлуксизлиги воситасида бериладиган мавҳум тушунчага эга бўлган ҳодисадир. Билим хусусийликка эга бўлса, таълим умумийликка эгадир. Таълим барча учун бир хилда давом этадиган жараён. Билим объектив борлиқдаги воқеа-ҳодисаларнинг инъикоси натижасида инсон миясидаги мушоҳадалар ва тасаввурлар натижасида ҳосил бўладиган тушунчалар йиғиндиси сифатида намоён бўлади. Таълимдаги сифат уни беришда иштирок этадиган кишилар сифати билан белгиланса, билим индивидуалликка эга бўлади. Таълимни амалга оширадиган ёки дарс берадиган кишиларнинг савияси турлича бўлиши мумкин. Лекин гуруҳдаги талабаларга бериладиган таълим бир хилдир. Ўқитувчи билим эмас, балки таълим беради. Талаба эса ана шу таълим жараёнида билимга эга бўлади. Бунинг учун у мустақил ўқийди, тайёрланади, мушоҳада қилади, тасаввурларга эга бўлади, эшитганлари ва ўқитганларини синтез қилади. Натижада билимга эга бўлади.

Ўқув жараёни билан боғлиқ таълим сифатини белгиловчи ҳолатлар қуйидагилар: юқори илмий-педагогик даражада дарс бериш, муаммоли маърузалар ўқиш, дарсларни савол-жавоб тарзида қизиқарли ташкил қилиш, илғор педагогик технологиялардан ва мультимедиа қўлланмалардан фойдаланиш, тингловчиларни ундайдиган, ўйлантирадиган муаммоларни улар олдига қўйиш, талабчанлик, тингловчилар билан индивидуал ишлаш, ижодкорликка ундаш, эркин мулоқот юритишга, ижодий фикрлашга ўргатиш, илмий изланишга жалб қилиш ва бошқа тадбирлар таълим устиворлигини таъминлайди.

Айтилганлардан келиб чиққан ҳолда «Бизнес-режалаштириш» ўқув курси бўйича таълим технологиясини лойиҳалаштиришдаги асосий концептуал ёндошувларни келтирамиз:

**Шахсга йўналтирилган таълим.** Бу таълим ўз моҳиятига кўра таълим жараёнининг барча иштирокчиларини тўлақонли ривожланишларини кўзда тутаяди. Бу эса таълимни лойиҳалаштириладиётганда, албатта, маълум бир таълим олувчининг шахсини эмас, аввало, келгусидаги мутахассислик фаолияти билан боғлиқ ўқиш мақсадларидан келиб чиққан ҳолда ёндошилишни назарда тутаяди.

**Тизимли ёндошув.** Таълим технологияси тизимнинг барча белгиларини ўзида мужассам этмоғи лозим: жараённинг мантиқийлиги, унинг барча бўғинларини ўзаро боғланганлиги, яхлитлиги.

**Фаолиятга йўналтирилган ёндошув.** Шахснинг жараёнли сифатларини шакллантиришга, таълим олувчининг фаолиятни активлаштириш ва интенсивлаштириш, ўқув жараёнида унинг барча қобилияти ва имкониятлари, ташаббускорлигини очишга йўналтирилган таълимни ифодалайди.

**Диалогик ёндошув.** Бу ёндошув ўқув жараёни иштирокчиларнинг психологик бирлиги ва ўзаро муносабатларини яратиш заруриятини билдиради. Унинг натижасида

шахснинг ўз-ўзини фаоллаштириши ва ўз-ўзини кўрсата олиши каби ижодий фаолияти кучаяди.

**Ҳамкорликдаги таълимни ташкил этиш.** Демократлилик, тенглик, таълим берувчи ва таълим олувчи ўртасидаги субъектив муносабатларда ҳамкорликни, мақсад ва фаолият мазмунини шакллантиришда ва эришилган натижаларни баҳолашда биргаликда ишлашни жорий этишга эътиборни қаратиш зарурлигини билдиради.

**Муаммоли таълим.** Таълим мазмунини муаммоли тарзда тақдим қилиш орқали таълим олувчи фаолиятини активлаштириш усулларида бири. Бунда илмий билимни объектив қарама-қаршилиги ва уни ҳал этиш усуллари, диалектик мушоҳадани шакллантириш ва ривожлантиришни, амалий фаолиятга уларни ижодий тарзда қўллашни мустақил ижодий фаолияти таъминланади.

**Ахборотни тақдим қилишнинг замонавий воситалари ва усуллари қўллаш** – янги компьютер ва ахборот технологияларини ўқув жараёнига қўллаш.

Келтирилган концептуал йўриқларга асосланган ҳолда, «Бизнес-режалаштириш» курсининг мақсади, тузилмаси, ўқув ахборотининг мазмуни ва ҳажмидан келиб чиққан ҳолда, маълум шароит ва ўқув режасида ўрнатилган вақт оралиғида ўқитишни, коммуникацияни, ахборотни ва уларни биргаликдаги бошқаришни кафолатлайдиган усуллари ва воситалари танлови амалга оширилди.

**Ўқитишнинг усуллари ва техникаси.** Маъруза (кириш, мавзуга оид, визуаллаш), муаммовий усул, кейс-стади, пинборд, парадокслар ва лойиҳалар усуллари, амалий ишлаш усули.

**Ўқитишни ташкил этиш шакллари:** диалог, полилог, мулоқот ҳамкорлик ва ўзаро ўрганишга асосланган фронтал, коллектив ва гуруҳ.

**Ўқитиш воситалари** ўқитишнинг анъанавий шакллари (дарслик, маъруза матни) билан бир қаторда - компьютер ва ахборот технологиялари.

**Коммуникация усуллари:** тингловчилар билан оператив тесқари алоқага асосланган бевосита ўзаро муносабатлар.

**Тесқари алоқа усуллари ва воситалари:** кузатиш, блиц-сўров, оралиқ ва жорий ва яқунловчи назорат натижаларини таҳлили асосида ўқитиш диагностикаси.

**Бошқариш усуллари ва воситалари:** ўқув машғулоти бошқичларини белгилаб берувчи технологик карта кўринишидаги ўқув машғулотларини режалаштириш, қўйилган мақсадга эришишда ўқитувчи ва тингловчининг биргаликдаги ҳаракати, нафақат аудитория машғулотлари, балки аудиториядан ташқари мустақил ишларнинг назорати.

# **«БИЗНЕС РЕЖА»**

**ФАНИ БЎЙИЧА ТАЪЛИМ  
ТЕХНОЛОГИЯСИ**

<b>1-Мавзу</b>	<b>БОЗОР ИҚТИСОДИЁТИ ВА БИЗНЕС</b>
<b>(Маъруза –2соат, амалий машғулот – 2соат )</b>	
<b>1.1. Маърузани олиб бориш технологияси</b>	
<b>Талабалар сони 20-50та</b>	<b>Ўқув соати - 2 соат</b>
<b>Маишғулот шакли</b>	<b>Кириш маърузаси</b>
<b>Маъруза режаси</b>	1.1. Бозор иқтисодиёти, унинг тамойиллари ва ўзига хос хусусиятлари. 1.2. Бизнес – бозор иқтисодиётининг устивор соҳаси. 1.3. Бизнес ва аҳоли бандлиги
<b>Ўқув маишғулотининг мақсади</b>	<b>Бозор иқтисодиёти шароитида бизнеснинг аҳамияти ҳақида умумий тасаввурларни шакллантириш.</b>
<b>Педагогик вазифалар:</b> - Бозор иқтисодиёти тамойилларини тушунтиради, ва ўзига хос хусусиятларини кўрсатиб беради; - Бизнес ва тадбиркорликнинг ташкилий шаклларини тушунтиради; - Бизнесни ташкил этишдаги амал қилиш лозим бўлган дастлабки тамойилларни тушунтиради; - Бизнеснинг аҳоли бандлигини таъминлашдаги аҳамиятини тушунтиради;	<b>Ўқув фаолияти натижалари:</b> <b>Талаба билиши зарур:</b> 1. «Иқтисодиёт» тушунчасига таъриф беради. 2. Бизнес ва тадбиркорликни бир-бирдан ажратиб турувчи хусусиятларини англайди. 3. Бизнес ва тадбиркорликнинг ташкилий шаклларини билади 4. Бозор иқтисодиётининг моҳиятини сиз қандай тушунасиз? Нима сабабли бозор иқтисодиётига ўтиш объектив аҳамият касб этди, бунинг асосий сабаблари нимада? 5. Бозор иқтисодиётининг афзал томонларини санаб беради. 6. Бизнесни ташкил этишдаги амал қилиш лозим бўлган дастлабки тамойилларни изоҳлайди. 7. Нима сабабдан кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш иқтисодиётнинг устивор йўналишларидан бири ҳисобланади ва унинг Ўзбекистон аҳолиси бандлик структураси ўзгаришидаги роли қандай?, каби саволларга жавоб бера олади.
<b>Ўқитиш усуллари-техникаси</b>	Маъруза, намоиш, блиц-сўров, ақлий ҳужум, пинборд техникаси
<b>Ўқитиш воситалари</b>	Маъруза матни, компьютер слайдлари, доска
<b>Ўқитиш шакллари</b>	Фронтал, коллектив иш
<b>Ўқитиш шароити</b>	Техник воситалардан фойдаланишга ва кичик гуруҳлурда ишлашга мўжалланган аудитория.
<b>Мониторинг ва баҳолаш</b>	Тест, оғзаки саволлар

**Маъруза машғулотининг технологик харитаси.**

<b>Фаолият босқичлари</b>	<b>Фаолиятининг мазмуни</b>	
	<b>Ўқитувчи</b>	<b>Талаба</b>
<b>1.Кириш босқичи (20 мин)</b>	Ўқув курсининг номини айтиб, машғулот доирасидаги 1-3 саволларга умумий тасаввурни беради ҳамда услубий ва ташкилий томонлари, тингловчилар билимларини баҳолаш мезонлари билан таништиради. (1-илова)	Тинглайдилар
	Мазкур машғулот бўйича ўргани-ладиган мавзулар бўйича назарий ва амалий машғулотлар, уларнинг узвийлиги ҳақида қисқача маълумот беради. Асосий адабиётларнинг рўйхати билан таништиради.	Ёзидилар, Тинглайдилар
	Ўқув машғулоти мавзуси, мақсади ва ўқув фаолияти натижаларини айтади.	Мавзу номини ёзиб оладилар
	Блиц-сўров усулида мавзу бўйича маълум бўлган тушунчаларни санаб беришни сўрайди. Блиц-сўров ўтказилади (2-илова)	Тушунчаларни санаб берадилар. Саволларга жавоб берадилар.
<b>2.Асосий босқич (50 мин)</b>	Маъруза режасининг слайдлар асосида тушунтиради, ҳар бир пункт ниҳоясида умумлаштириб боради.	Тинглайдилар. Слайд материалларида келтирилган ахборотлар конспект қилиб борадилар.
	• Таянч ибораларга қайтилади. Тингловчилар иштирокида улар яна бир бор такрорланади (Пинборд усулида). Мавзуга оид бўлмаган иборалар олиб ташланиб, керакли тушунча ва иборалар қўшилади.(3-илова)	Ҳар бир таянч тушунча ва ибораларни муҳокама қиладилар.
<b>3. Якуний босқич (10 мин)</b>	• Мавзу бўйича якунловчи хулосалар қилади. Мавзу бўйича олинган билимларни қаерда ишлатиш мумкинлиги маълум қилади.	Саволлар берадилар
	• Машғулот мақсадига эришишдаги тингловчилар фаолияти таҳлил қилинади ва баҳоланади.	
	Мавзу бўйича мустақил ўрганиш учун топшириқлар беради.	Мустақил ўрга-ниш учун топшириқларни ёзиб оладилар ЎУМ.га қаранг.
	• Мавзу бўйича билимларни чуқурлаштириш учун адабиётлар рўйхатини беради.	Ёзидилар

**1 - илова**

Баҳолаш мезонлари: «Бизнес-режалаштириш» курси бўйича талабалар қуйидаги рейтинг балларида баҳоланади:

45% - 45 балл - жорий баҳо;

86-100% - 86,0 – 100 балл – «аъло»

40% - 40 балл – оралиқ баҳо;

71-85% - 71 – 85,0 балл – «яхши»

15% - 15 балл – якуний баҳо.

55-70% -55,0– 70,0 балл – «қоникарли»

**2-илова**

## Блиц-сўров

### Мавзуни жонлантириш учун саволлар

1. “Бозор” тушунчаси нимани англатади?
2. Қандай бозор қонунларини биласиз?
3. Бозор тамойиллари нима?
4. Бизнес нима?
5. Тадбиркорликнинг аҳоли бандлигига таъсири.

3-илова

## Пинборд техникаси

### *Пинборд техникаси*

(инглизчадан: pin – маҳкамлаш, board – доска)

муаммони ҳал ҳилишга оид фикрларни тизимлаштириш ва гуруҳлашни амалга оширишга, коллектив тарзда ягона ёки аксинча қарама-қарши позицияни шакллантиришга имкон беради

Ўқитувчи таклиф этилган муаммо бўйича ўз нуқтаи назарларини баён қилишни сўрайди. Тўғридан-тўғри ёки оммавий ақлий ҳужумнинг бошланишини ташкил қилади (рағбатлантиради).

Фикрларни таклиф қиладилар, муҳокама қиладилар, баҳолайдилар ва энг оптимал (самарали) фикрни танлайдилар. Уларни таянч хулосавий фикр (2 та сўздан кўп бўлмаган) сифатида алоҳида қоғозларга ёзадилар ва доскага маҳкамлайдилар.

Гуруҳ намоёндалари доскага чиқадиладар ва маслаҳатлашган ҳолда:

- яққол хато бўлган ёки такрорланаётган фикрларни олиб ташлайдилар;
- баҳсли бўлган фикрларни ойдинлаштирадилар;
- фикрларни тизимлаштириш мумкин бўлган белгиларини аниқлайдилар;
- шу белгилар асосида доскадаги барча фикрларни (қоғоз варақларидаги) гуруҳларга ажратадилар;
- уларнинг ўзаро муносабатларини чизиқлар ёки бошқа белгилар ёрдамида кўрсатадилар: коллективнинг ягона ёки қарама-қарши позициялари ишлаб чиқилади.

**1.2. Амалий машғулотни олиб бориш технологияси**

<b>Талабалар сони 20-50та</b>	<b>Вақти 2 соат</b>
<b>Машғулот шакли</b>	Индивидуал топшириқларни бажаришга асосланган амалий машғулот
<b>Машғулот режаси</b>	Бозор иқтисоди, унинг белгилари ва режали иқтисодиётдан фарқли томонлари. Бизнес – бозор иқтисодиётининг устивор соҳаси. Бизнес ва аҳоли бандлиги.
<b>Ўқув машғулотининг мақсади</b>	Мавзу бўйича билимларни чуқур ўзлаштиришни таъминлаш
<b>Педагогик вазифалар:</b>	<b>Ўқув фаолияти натижалари:</b>
Бозор қонунлари ва тамойиллари ҳақидаги билимларини мустаҳкамлайди;	Бозор иқтисодиёти ва режали иқтисодиёт ўртасидаги фарқни аниқлайди, мисоллар келтиради;
Бозор шароитида иқтисодиётни ривожлантиришда бизнеснинг ўрни ҳақидаги билимларини чуқурлаштиради;	Иқтисодий ўсишда бизнеснинг ролига баҳо беради;
Аҳоли бандлигини таъминлашда тадбиркорлик фаолиятининг зарурлигини талабаларга тушунтиради.	Хусусий тадбиркорлик ва кичик бизнеснинг мамлакат иқтисодиёти учун зарурлигини борасида тавсиф ёзади;
Ўқитиш усуллари-техникаси	Топшириқлар, амалий ишлаш усули, суҳбат
Ўқитиш воситалари	Тарқатма материал, компьютерлар, доска
Ўқитиш шакллари	Индивидуал, гуруҳ
Ўқитиш шароити	Компьютер синфи (ҳар бир тингловчи компьютерда ишлаш имконига эга)
Мониторинг ва баҳолаш	Тест, оғзаки саволлар, блиц-сўров

**Амалий машғулоти технологик картаси (1-машғулоти)**

<b>Иш босқич-лари</b>	<b>Ўқитувчи фаолиятининг мазмуни</b>	<b>Тингловчи фаолиятининг мазмуни</b>
<b>1-босқич.</b>  <b>Мавзуга кириш.</b>  <b>(10 мин)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ўқув машғулооти 1,2 саволларни, таҳлил қилади ва ўқув фаолияти натижаларини айтади.</li> </ul>	Мавзу номини ёзиб оладилар
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Тингловчиларнинг машғулотидаги фаолиятини баҳолаш кўрсаткичлари ва мезонлари билан таништиради</li> </ul>	Ёзиб оладилар
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Тингловчиларнинг машғулотидаги фаолиятини баҳолаш кўрсаткичлари ва мезонлари билан таништиради(1-илова)</li> </ul>	
<b>2 -босқич.</b> <b>Асосий бўлим.</b> <b>(60 мин)</b>	2.1. Саволлар бериб суҳбат тарзида тингловчилар билимларини баҳоланади. (2-илова)	Жавоб берадилар.
	2.2. Гуруҳларга «Муаммоли вазият» услубидан фойдаланилган ҳолда «Кичик бизнесни ривожлантиридан мақсад нима?» деб савол билан муурожаат қилади (3-илова).	Мустақил бажарадилар. Эркин фикрларини намоён этган ҳолда жадвални тўлдиради.
<b>3-босқич.</b> <b>Яқунловчи</b> <b>и</b> <b>(10 мин)</b>	Мавзу бўйича яқунловчи хулосалар қилади.	Саволлар берадилар
	1.1. Мавзу мақсадига эришишдаги тингловчилар фаолияти таҳлил қилинади ва баҳоланади.	
	1.2. Мавзу бўйича билимларни чуқурлаштириш учун адабиётлар беради.	Ёзиб оладилар.

## Баҳолаш мезони ва кўрсаткичлари

Гуруҳлар	Саволнинг тўлиқ ва аниқ ёритилиши 0-4 балл	Мисоллар билан муаммога ечим топиши 0-4 балл	Гуруҳ аъзоларининг фаоллигини 0-4 балл	Жами балл

12 – 10.3 балл – «аъло».

10.2 – 9 балл – «яхши».

8.9 – 6.7 балл – «қониқарли».

## Мавзунини жонлантириш учун саволлар

1. «Иқтисодиёт» тушунчасига таъриф беринг ва унинг мазмунини фан ва хўжалик нуқтаи назаридан очиқ беринг.
2. Бизнес бу нима? Бизнес ва тадбиркорликни бир-бирдан ажратиб турувчи хусусиятларни келтиринг.
3. Бизнес ва тадбиркорликнинг қандай ташкилий шакллари биласиз?
4. Бозор иқтисодиётининг моҳиятини сиз қандай тушунасиз? Нима сабабли бозор иқтисодиётига ўтиш объектив аҳамият касб этди, бунинг асосий сабаблари нимада?
5. Бозор иқтисодиётининг афзал томонларини санаб беринг.
6. Президент И. Каримовнинг қайси асарларида бозор муносабатларига ўтишнинг назарий асослари баён қилинган?
7. Бизнесни ташкил этишдаги амал қилиш лозим бўлган дастлабки тамойилларни изоҳланг.
8. Нима сабабдан кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш иқтисодиётнинг устивор йўналишларидан бири ҳисобланади ва унинг Ўзбекистон аҳолиси бандлик структураси ўзгаришидаги роли қандай?
9. Ишлаб чиқаришдаги нодавлат секторининг улуши қандай, унинг ўзгариш динамикасини изоҳланг.

## «Муаммоли вазият»

<i>«Муаммоли вазият» Тури</i>	<i>«Муаммоли вазият» сабаблари</i>	<i>Вазиятдан чиқиб кетиш ҳаракатлари</i>
Кичик бизнесни ривожлантиришдан мақсад нима?		

1.1-Мавзу	Бозор иқтисодиёти шароитида режалаштириш ва прогнозлаш
-----------	--

(Маъруза – 2 соат, амалий машғулот - 2)

**1.1. Маърузани олиб бориш технологияси**

<i>Талабалар сони 20-50 та</i>	<b>Вақт -2 соат</b>
<i>Машғулот шакли</i>	<b>Мавзу бўйича маъруза</b>
<i>Маъруза режаси</i>	Бозор иқтисодиёти шароитида режалаштириш ва прогнозлашнинг объектив зарурати. Режалаштириш ва прогнозлашнинг мақсади ва вазифалари. Режалаштириш ва прогнозлашнинг меъёрий асоси.
<i>Ўқув машғулотининг мақсади</i>	<b>Бозор иқтисодиёти шароитида режалаштириш ва прогнозлаш ҳақидаги билимларни шакллантириш</b>
<i>Педагогик вазифалар:</i>	<i>Ўқув фаолияти натижалари:</i>
Режалаштириш ва прогнозлаш асослари билан таништириш; Режалаштириш кўрсаткичларини ёритиб беради. Режалаштириш ва прогнозлашнинг мақсади ва вазифалари билан таништиради; Режалаштириш ва прогнозлашнинг меъёрий асоси ва унинг ривожланиши йўналишлари билан таништиради;	Бозор иқтисодиёти шароитида режалаштириш ва прогнозлаш ҳақида айтиб бера оладилар, мисол келтира оладилар; Режалаштиришдаги асосий кўрсаткичларини таҳлил қилиб бера оладилар; Режалаштириш ва прогнозлашнинг мақсади ва вазифалари ҳақида айтиб бера оладилар; Режалаштиришдаги меъёрларни санаб беради;
Ўқитиш усуллари-техникаси	Маъруза, тушунтириш, инструкция бериш, намоёйиш, блиц-сўров, парадокслар усули
Ўқитиш воситалари	<b>Маъруза матни, тарқатма материал, компьютер слайдлари, доска</b>
Ўқитиш шакллари	<b>фронтал, коллектив иш</b>
Ўқитиш шароити	компьютер, мультимедиа проектор
Мониторинг ва баҳолаш	Тест, оғзаки саволлар, блиц-сўров

**Маърузанинг технологик картаси**

<b>Иш босқич-лари</b>	<b>Ўқитувчи фаолиятининг мазмуни</b>	<b>Тингловчи фаолиятининг мазмуни</b>
<b>1-босқич.</b>  <b>Мавзуга кириш</b>  <b>(10 мин)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ўқув машғулоти мавзуси, саволларни ва ўқув фаолияти натижаларини айтади.</li> </ul>	Мавзу номини ёзиб оладилар
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Блиц-сўров усулида мавзу бўйича маълум бўлган тушунчаларни фаоллаштиради. Блиц-сўров натижасига кўра тингловчиларнинг нималарда адашишлари, хато қилишлари мумкинлигининг диагностикасини амалга оширади. (1-илова ) Диагностика натижаси бўйича парадокслар усули бўйича маърузасида қарама-қаршилик вазиятини юзага чиқаради.(2-илова )</li> </ul>	Саволларга жавоб берадилар
<b>2 - босқич.</b>  <b>Асосий бўлим</b>  <b>(60 мин)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 1 савол юзасидан мини маъруза қилади.</li> </ul>	Мавзу режасини ёзиб оладилар. Тинглайдилар.
	<p>2.2.Маъруза режасининг 2,3-саволлари бўйича тушунча беради. Барча саволлар юзасидан умумлаштирувчи хулоса беради.</p>	Тинглайдилар. Тарқатма материаллар тўпламида келтирилмаган қирраларини асосий жойларни конспект қилиб борадилар.
	<p>2.3.Таянч ибораларга қайтилади (3-илова). Талабалар иштирокида улар яна бир бор такрорланади</p>	Ҳар бир таянч тушунча ва ибораларни муҳокама қиладилар. Конспект қиладилар.
<b>3-босқич.</b>  <b>Яқунловчи</b>  <b>(10 мин)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Машғулот бўйича яқунловчи хулосалар қилади. Мавзу бўйича олинган билимларни қаерда ишлатиш мумкинлиги маълум қилади.</li> </ul>	Саволлар берадилар
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Мавзу бўйича мустақил ўрганиш учун топшириқлар беради. (4-илова).</li> <li>○ Мавзу бўйича билимларни чуқурлаштириш учун адабиётлар рўйхатини беради</li> </ul>	Мустақил ўрганиш учун топшириқларни ёзиб оладилар  Ёзадилар
	<p>3.7.Кейинги мавзу буйича тайёрланиб келиш учун саволлар беради</p>	Ёзадилар

**Билимларни жонлантириш учун саволлар (блиц-сўров)**

Бозор иқтисодиёти шароитида режалаштириш ва прогнозлашнинг объектив зарурати.  
 Режалаштириш ва прогнозлашнинг мақсади ва вазифалари.  
 Режалаштириш ва прогнозлашнинг меъёрий асоси.

**Маърузанинг мазмуни бўйича кўргазмалар слайдлари****ПАРАДОКСЛАР УСУЛИ**

Ўқитувчи саволлар тизimini кетма-кет бериб  
 тингловчиларнинг фикрларини ўрганади

Диагностика натижаларига кўра маърузани олиб бориш жараёнида  
 тингловчиларнинг қарама-қаршиликка (тушунчалардаги, билимлардаги)  
 келишларини таъминлайди. Бундай вазият асосан тингловчининг  
 тушунчаларидаги адашишлар ва хатоликлар билан боғлиқ. Демак, бу  
 муаммовий вазият тингловчиларнинг олдинги фикр, тушунчалари ва  
 хулосаларига қарама-қарши, парадоксал бўлган вазиятдир.

Тингловчилар муаммовий вазиятни юзага келтирган  
 амаллардаги хатоликни излайдилар (лекин амалларда  
 хатолик йўқ)

Ижодий фикрлай оладиган тингловчи амалларнинг  
 бажарилиши жараёни эмас, балки мазкур амалнинг ўзи хато  
 эканлигини аниқлай олади (бундай тингловчи топилмаса  
 ўқитувчининг ўзи буни ошкор қилишига тўғри келади).

**Амалли (процедуравий) хатолик** – нотўғри амални тўғри бажарилишдир.

### Парадокслар усулини қўллаш қоидалари

Тингловчилар билимларини фаоллаштириб олиш зарур.

Тингловчилар парадокс объекти сифатида олинаётган жараён ҳақида ўз фикрларини (қайсики хато бўлган) тўғри деган хулосага келган бўлишлари керак.

Тингловчилар муаммовий вазиятга ўзлари дуч келишлари керак ва тўғри деб билган нарсаларининг хато бўлиб чиқганидан тушунмовчиликда қолишлари (хайрон бўлишлари) керак. Бу ўта муҳим, чунки айнан шу сабаб улар актив фикрлай бошлайдилар, хатоликни топишга ҳаракат қиладилар.

Парадоксни, қарама-қаршиликни қандайдир бир қийинчиликлар билан адаштирмаслик лозим.

Парадокслар усули – бу аввалдан билганлари билан янги билимлар ўртасидаги кўприқдир. Шу тарзда янги билимнинг аввалдан маълум билим билан ўзаро боғланиши ва бу **жараённи хис қилишига** тингловчини «мажбур» қилиниши уни хотирада мустамкамланиб қолишига ёрдам беради.

## 1.2. Амалий машғулоти ўқитиш технологияси

<b>2 соат.</b>	<b>Талабалар сони: 20 та</b>
<i>Ўқув машғулотининг шакли</i>	Билимларини мустаҳкамлаш ва чуқурлаштириш бўйича амалий машғулоти
<i>Ўқув машғулотининг режаси.</i>	Бозор иқтисодиёти шароитида режалаштириш ва прогнозлашнинг объектив зарурати. Режалаштириш ва прогнозлашнинг мақсади ва вазифалари. Режалаштириш ва прогнозлашнинг меъёрий асоси.
<i>Ўқув машғулотининг мақсади:</i>	Талабаларнинг режалаштириш тўғрисидаги билимларини мустаҳкамлаш ва чуқурлаштириш.
<i>Педогогик вазифа:</i> - Бозор иқтисодиёти шароитида режалаштириш ва прогнозлаш тўғрисидаги назарий билимларни мустаҳкамлаш; - Режалаштириш ва прогнозлашнинг мақсади ва вазифалари ҳамда аҳамиятини тўлароқ тушунтириб бериш; - Режалаштириш ва прогнозлашнинг меъёрий асоси тўғрисидаги билимларни мустаҳкамлаш;	<i>Ўқув фаолияти натижаси:</i> -Бозор иқтисодиёти шароитида режалаштириш ва прогнозлашнинг объектив заруратини тушунади;  - Режалаштириш ва прогнозлашнинг мақсади ва вазифалари тўғрисидаги тушунчаларни айтиб берадилар;  - Режалаштириш ва прогнозлашнинг меъёрий асосини очиб беради, унинг моҳиятини ёритиб берадилар;
<i>Ўқитиш усуллари</i>	Амалий машғулоти, бир-биридан ўрганиш усули;
<i>Ўқитиш воситалари</i>	Маъруза матни, дарслик, компьютер технологияси, эксперт варақлари, графиклардан фойдаланиш.
<i>Ўқитиш шакли</i>	Гуруҳларда ва «жамоа бўлиб ишлаш» усули.
<i>Ўқитиш шарт-шароитлари</i>	Техник воситалар билан таъминланган, гуруҳларда ишлаш усулини қўллаш мумкин бўлган аудитория.
<i>Мониторинг ва баҳолаш</i>	Назорат саволлари

### Амалий машғулотнинг технологик картаси

Иш босқич-лари	Фаолият мазмуни:	
	Ўқитувчи	Талаба
1-босқич (5 мин)	1.1. Ўқув машғулотининг мавзусини, мақсадини, ўтказиш тартибини ва натижасини эълон қилади. 1.2. Бозор иқтисодиёти шароитида режалаштириш ва прогнозлашнинг объектив заруратини ва функциялари бўйича талабаларнинг билимларини фаоллаштириш мақсадида савол-жавоб ўтказди.	Эшитади
2-босқич Асосий (65 мин)	2.1. Муаммоли ўқитиш услубидан фойдаланиб: - Режалаштириш ва прогнозлашнинг мақсади ва вазифалари нима. - Режалаштириш ва прогнозлашнинг меъёрий асоси нима? «Блиц-сўров» саволлари орқали аниқлаш. ( 1 (3.2.2) - Илова).	1 ва 2 топшириқларни ечишда талабалар қандай муаммолар борлиги ва уларни ҳал қилиш йўлларини айтиб беради. 3- тошириқни «Блиц-сўров» усулидан фойдаланиб бажаради ва ўйлайди.
3-босқич Яқуний (10 мин)	3.1. Мавзуда қўйилган саволлар ва улардан чиққан муаммоларни қандай ҳал қилинганлигини ўқитувчи яқун ясайди (хулоса қилади) ва ечилмаган муаммолар устида ишлаш лозимлигини айтади. 3.2. Мавзу бўйича назорат саволлари берилади. (2 (3.2.2) - Илова). 3.3. Келгуси мавзу эълон қилинади ва унга тайёргарлик кўриш учун мустақил ишлаш лозимлиги тушунтирилади. Технологик ўқитишда илгари кўрсатилган технологик воситалар, техник воситалар ва дарсни ўтказишдаги умумий услублар қўлланилади.	Эшитишади ва ёзиб олишади

**1 - илова**

#### Ўқув топшириқ:

«Блиц-сўров» саволлари савол-жавоб вақтида тўлдирилади.

№	Саволлар	Жавоблар
1.	Бозор иқтисодиёти шароитида режалаштириш ва прогнозлашнинг объектив заруратини нимада кўрасиз?	
2.	Режалаштиришнинг мақсади қандай?	
3.	Режалаштириш вазифалари нимада?	
4.	Режалаштиришнинг меъёрий асоси нимада?	
5.	Меъёрлар қандай таснифланади?	

(Маъруза – 2 соат, амалий машғулот - 2 )

## 3.1.Маърузани ўқитиш технологияси

<b>Талабалар сони: 20-50 та</b>	<b>Вақти: 2 соат.</b>
<b>Ўқув магулотининг шакли</b>	<b>Информацион – кўргазмали маъруза</b>
<b>Маъруза режаси</b>	2.1 Корхона ва унинг ишлаб чиқариш фаолияти режалаштиришнинг объекти сифатида 2.2. Бозор шароитларида корхона фаолиятини тартибга солиш ва режалаштириш 2.3. <i>Бизнеснинг ахборот асослари</i>
<b>Ўқув машғулотининг мақсади</b>	Корхона фаолиятида бизнес - режалаштириш ҳақида тушунча хосил қилиш.
<b>Педагогик вазифалар:</b> Корхона ва унинг ишлаб чиқариш фаолиятини режалаштириш ҳақида тушунтиради; Бозор шароитларида корхона фаолиятини тартибга солиш ва режалаштириш қоидаларини тушунтиради; Бизнеснинг ахборот асосларини тушунтиради	<b>Ўқув фаолияти натижалари:</b> Корхона ва унинг ишлаб чиқариш фаолиятини режалаштириш ҳақида тушунчаларни ёзиб ва тушунтириб бера оладилар; Бозор шароитларида корхона фаолиятини тартибга солиш ва режалаштириш қоидаларини тушунтириб бера оладилар; Бизнесда ахборотнинг аҳамиятини тушунтириб бера оладилар;
<b>Ўқитиш усуллари ва техника</b>	Маъруза, «Т-схемаси» техникаси, бахс-мунозара, ФСМУ технологияси.
<b>Ўқитиш воситалари</b>	Маъруза матни, компьютер технологияси, проектор, («Бизнес-режалаштириш» фанидан электрон ўқув-услубий мажмуа), слайдлар, тарқатма манба.
<b>Ўқитиш шакли</b>	Жамоа, тўғридан-тўғри ва гуруҳларда ишлаш
<b>Ўқитиш шарт-шароитлари</b>	Техник воситалар билан таъминланган, ўқитиш усулларини қўллаш мумкин бўлган ўқув хона.
<b>Мониторинг ва баҳолаш</b>	Кузатиш, оғзаки назорат, ёзма назорат, савол-жавобли сўров, ўқув топширик.

### Маърузанинг технологик картаси

Иш жараёнлари вақти	Фаолиятнинг мазмуни	
	ўқитувчи	талаба
<p><b>1 босқич. Кириш (10 дақиқа)</b></p>	<p>1.1. Маърузанинг мавзусини эълон қилади, ўқув машғу-лотининг мақсади ва натижа-ларини тушунтиради.</p> <p>1.2. Машғулоти ўтказиш шакли ва баҳолаш мезонларини эълон қилади.</p> <p>1.3. <i>Талабага мавзу бўйича тар-қатма материалларни тарқатади.</i></p> <p>1.4. <i>Мавзу бўйича маъруза машғулоти таянч иборалари ва маъруза режасига изох беради (1-Илова).</i></p> <p><i>Мавзу юзасидан блиц-сўров усулида маълум бўлган тушунча-ларни фаоллаштиради, саволлар беради.</i></p> <p>Режалаштириш бозор билан умуман мос келмайди, деб ҳисоблаш мумкинми.</p> <p>Ишлаб чиқариш фаолиятини режалаштириш кўрсаткичларидан қайсиларни биласиз?</p> <p>Корхона фаолиятини тартибга солиш нима?</p> <p>Корхона жорий фаолиятини тартибга солишдан мақсад нима?</p> <p>Давлат томонидан тартибга солишнинг асосий йўналишлари қандай?</p> <p>«Ахборотга эга бўлган одам дунёни бошқаради» деган иборани қандай тушунасиз.</p> <p>“Коммуникация» тушунчаси нимани билдиради.</p> <p>Ахборот алмашини жараёни қандай.</p> <p>Ахборот сифатига қўйилувчи асосий талаблар қандай.</p> <p>Жавобларни тўғрилайди ва хулосалайди.</p>	<p>Тинглайди, мавзу номини ёзиб олади</p> <p>Тарқатмалардан фойдаланади</p> <p>Таянч иборалар билан танишади</p> <p>Саволларга жавоб беради</p>
<p><b>2 босқич. Асосий жараён (60 дақиқа)</b></p>	<p>2.1. Корхона ва унинг ишлаб чиқариш фаолияти режалаштиришнинг объекти сифатида саволи юзасидан қисқа маъруза ўқийди. Экранга “Т-схемаси” жадвали чиқарилади ва унинг асосида талабалар билан савол-жавоб уюштирилади (2-Илова).</p> <p>Жавобларни тинглайди ва хуло-салайди</p> <p>2.2. Бозор шароитларида корхона фаолиятини тартибга солиш ва режалаштиришни тушунтиради.</p> <p>ФСМУ технологиясидан фойда-ланиб “Бозор шароитларида корхона фаолиятини тартибга солиш ва режалаштириш зарурми?” саволини ўртага таш-лайди. (3-Илова)</p> <p>Берилган жавоб фикрларини умумлаштиради қўшимча қилади.</p>	<p>Тинглайди, ёзади, саволлар беради, жуфтли гуруҳларга бўлиниб, организерли жадвални тўлдиради.</p> <p>Жуфтли гуруҳларга бўлиниб ФСМУ жадвалини тўлдиради</p>
<p><b>3 босқич. Якуний босқич (10 дақиқа)</b></p>	<p>3.1. Мавзу бўйича умумий хулоса қилинади.</p> <p>3.2. Талабаларнинг билим ва кўникмалари баҳоланади.</p> <p>3.3. Ўз-ўзини назорат қилиш учун топширик беради:</p> <p>Нazorat саволларига оғзаки жавоб бериш (4-Илова).</p>	<p>Тинглайди</p> <p>Мустақил ишлаш учун топширикни ёзиб олишади ва бажаради</p>

## 2.2. Амалий машғулотнинг технологик картаси.

Иш босқич-лари	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
<b>1-босқич (20 мин)</b>	1.1. Ўқув машғулоти мавзуси, мақсади ва ўқув фаолияти натижаларини эслатади. 1.2. Амалий машғулотни ўтказиш хусусиятлари билан талабаларни таништиради. 1.3. Мавзу бўйича топшириқларни тарқатади. 1.4. Саволлар бериб талабаларнинг билимларини фаоллаштиради.	Эшитишади ва ёзиб олишади
<b>2-босқич (50 мин)</b>	2.1. Машғулотнинг асосий вазифаларини ечиш учун талабалар гуруҳларига корхона фаолиятида бизнес – режалаштириш бўйича ҳар хил фикрларни кўриб чиқиш ва Т-схема бўйича ёзиб чиқишни ва тугагандан сўнг презентация қилишни топширади. Бажарилган ишга талабалар баҳо берадилар. Гуруҳни баҳолаш жадвали илова қилинмоқда. (1 (4.2.2) - Илова) 2.2 ФСМУ технологияси асосида “Сизнингча, бозор шароитларида режалаштириш жараёни қандай кўринишга эга бўлиши лозим?” саволига жавоблар аниқланади. (2 (4.2.2) - Илова) 2.3. Муаммоли усулдан фойдаланиб, муаммоли вазифаларни ечиш (3 (4.2.2) - Илова). Ўқитувчи тўғри ахборотлар беради ва ёздиради, функция ва вазифани тушунтиради.	Талабалар 4 гуруҳга бўлиниб ишлайдилар. Гуруҳ бошлиқ лари уларни химоя қилади. Спикерлар 10-15 минут давомида жадвал маълум-отлари асосида ўз жавобларини ёзиб чиқади ва доскада презентация қилади.
<b>3-босқич 10 мин.</b>	Ўтилган машғулотга – муаммоли саволлар жавобларга яқун яшаш. Муаммоли усулдан қаерда кўпроқ қўлланишини айтиш. Ёзма муаммоли масалаларни курс ишлари, магистрлик ишларида қўллаш мақсадга мувофиқдир.	Эшитади ва ёзиб олади.

1 - илова

### Гуруҳ бўйича баҳолаш мезонлари

**Ҳар бир гуруҳ бошқа гуруҳларни баҳолайди. Ҳар бир талаб бўйича – 3,5 балл**

Гуруҳ №	Тушунарли ва аниқ жавоб (1,5)	Кўргазмалilik (1,0)	Регламентга амал қилиш (0,5)	Гуруҳ фаоллиги (0,5)	Жами балл
1.					
2.					
3.					
4.					

2 - илова

Ушбу технология мунозарали масалаларни ҳал этишда ҳамда ўқув жараёнини бахс-мунозарали ўтказишда қўлланилади, чунки бу технология талабаларни ўз фикрини химоя қилишга, эркин фикрлаш ва ўз фикрини бошқаларга ўтказишга, очиқ ҳолда бахслашишга ҳамда шу билан бирга бахслашиш маданиятини ўргатади. Тингловчиларга тарқатилган оддий қоғозга ўз фикрларини аниқ ва қисқа ҳолатда ифода этиб, тасдиқловчи далиллар ёки инкор этувчи фикрларни баён этишга ёрдам беради.

Ф – фикрингизни баён этинг

С – фикрингиз баёнига сабаб кўрсатинг

М – кўрсатган сабабингизни исботловчи далил келтиринг

У – фикрингизни умумлаштиринг

### Ўқув топширик:

“Сизнингча, бозор шароитларида режалаштириш жараёни қандай кўринишга эга бўлиши лозим?” саволини йўналтирувчи услубий тавсиялар ёрдамида жадвалда жавоб бериш.

Йўналтирувчи услубий тавсиялар: ўзгарувчан, мослашувчан, реал

Савол

“Сизнингча, бозор шароитларида режалаштириш жараёни қандай кўринишга эга бўлиши лозим?”

(Ф) Фикрингизни баён этинг

(С) Фикрингиз баёнига сабаб кўрсатинг

(М) Кўрсатган сабабингизни исботловчи далил келтиринг

(У) Фикрингизни умумлаштиринг

3 - илова

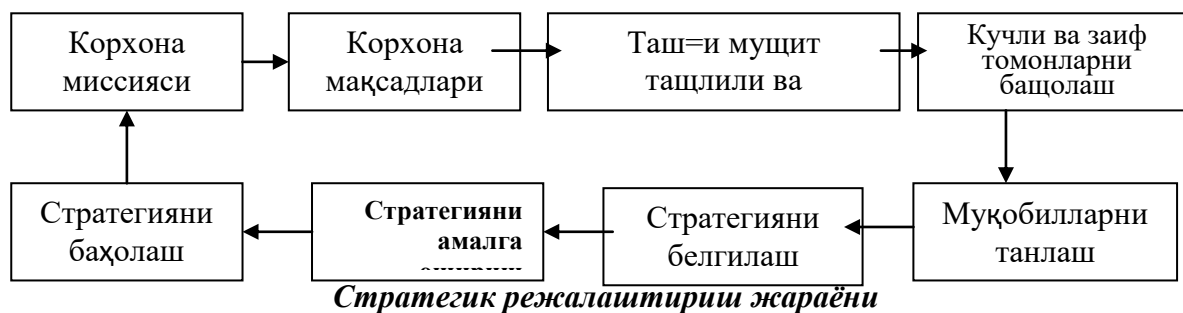
Муаммонинг ечими вариантларини баҳолаш жадвали (балларда)

Қатнашувчи	Муаммо ечимининг алтернатив варианты				
	1	2	3	4	N
А					
Б					
В					
N					
Жами					

Ҳар бир гуруҳ ишлаб спикер орқали презентация ўтказди.

Дарс охирида ўқитувчи гуруҳлар жавобига яқун ясаб, уларнинг жавобларини кўпроқ тўғриларини рағбатлантиради. Асосий саволларга яқуний хулосалар беради.

4- илова



5-илова

### Ўқув топширик:

T – схема

Ишлаб чиқариш фаолиятини режалаштириш корхона учун зарурми? – фикрингизни асосланг.

Зарур

Зарур эмас

2.2 – МАВЗУ	КОРХОНАНИНГ БИЗНЕС - РЕЖАСИ
<b>2.1. Маърузада таълим технологияси</b>	
Ўқув соати: 4 соат	Талабалар сони:
Ўқув машғулотининг шакли	Мавзуй – кўргазмали маъруза (1-машғулот) Кўргазмали маъруза (2-машғулот)
Мавзу режаси	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бизнес-режанинг моҳияти ва вазифалари.</li> <li>2. Бизнес-режани тайёрлаш босқичлари.</li> <li>3. Корхона миссияси ва мақсадларини белгилаш.</li> <li>4. Бизнес-режа тузилмаси (структураси).</li> </ol>
Машғулотнинг мақсади: Корхонанинг бизнес-режаси тушунчасини, моҳиятини ва тайёрлаш босқичлари ҳамда тузилмаси тўғрисида тушунчаларни шакллантириш.	
<p>Педагогик вазифалар: Корхона бизнес-режаси, унинг моҳияти ва вазифалари ҳақида тушунча бериш; Бизнес-режани тайёрлаш босқичларидаги вазифаларни бажара олиш бўйича билимларни шакллантириш; Корхона миссияси ва мақсадларини аниқлашни ўргатиш;</p> <p>Бизнес-режа тузилмаси тўғри шакллантиришни ўргатиш;</p>	<p>Ўқув фаолияти натижалари: Корхона бизнес-режаси, унинг моҳияти ва вазифалари ҳақида тушунтиради;</p> <p>Бизнес-режани тайёрлаш босқичларидаги вазифаларни бажариш йўл-йўриқларини кўрсатади;</p> <p>Миссияни аниқлаш ва мақсадларни амалиётга мос ҳолда ишлаб чиқишни ўрганади;</p> <p>Бизнес-режа тузилмасига таъсир этувчи омилларни санаб ўтади ва мазмунини ёритади; Бизнес-режа тузилмаси шакллантиришни тушунтиради;</p>
Таълим методлари	Маъруза, савол-жавоб, суҳбат, ўзаро ўқитиш методи, кластер, инсерт техникалари
Таълим воситалари	Маъруза матни, кодоскоп, слайдлар, формат қоғозлари, маркерлар, скотч, чизмали органайзерлар, асосий маълумот ва таянч тушунчалардан иборат маъруза матнлари (тарқатма материал).
Таълим шакллари	Фронтал, жамоавий, гуруҳларда ишлаш.
Ўқитиш шарт-шароити	Техник воситалардан фойдаланиш ва гуруҳларда ишлашга мўлжалланган аудитория
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

**“Корхонанинг бизнес – режаси” мавзуси бўйича маъруза машғулотининг технологик харитаси  
(1-машғулот)**

<i>Фаолият босқичлари</i>	<i>Фаолиятнинг мазмуни</i>	
	<i>Ўқитувчининг</i>	<i>Талабанинг</i>
I. Кириш босқичи (10 дақиқа)	<p>1.1. Мавзунинг номи, мақсади, кутилажак натижаларини эълон қилади.</p> <p>1.2. Ўқув машғулотининг шакли ва баҳолаш мезонларини тушунтиради (1-илова).</p> <p>1.3. Мавзу бўйича маъруза матнларини тарқатади (ҳар бир талабага).</p> <p>1.4. Мавзунинг режаси ва асосий тушунчаларини эшиттиради ва қисқача изоҳ беради.</p>	<p>Тинглайдилар.</p> <p>Мавзу номини ва режасини ёзиб оладилар.</p>
II. Асосий босқич (60 минут)	<p>2.1. Берилган саволарга ўйлаб жавоб беришларини таклиф қилади: Корхонанинг бизнес-режаси деганда нимани тушунаси? Бизнес-режада қандай маълумотлар бўлиши керак? Бизнес-режанинг корхона фаолиятидаги роли ҳақида нималарни биласиз? Бизнес-режани тузишдан асосий мақсад нима? Бизнес-режани тайёрлаш босқичлари деганда нимани тушунаси? Бизнес-режа тузилмаси қандай бўлиши керак? Тезкор сўров ўтказди. Сўров ўтказиш жараёнида талабаларни йўналтиради, жавобларни аниқлаштириб тўлдирди.</p> <p>2.2. Талабаларни тўртта кичик гуруҳларга бўлади. Ҳар бир гуруҳ ўтилатган мавзунинг бир режадаги саволи бўйича «эксперт» бўлиб, ўзгаларга ҳам ўргатишини тушунтиради.</p> <p>2.3. Гуруҳларга эксперт варақларини тарқатади ва фаолиятларини ташкил қилади (2-илова).</p> <p>2.4. Тақдимот бошланишини эълон қилади. Йўналтирувчи, маслаҳатчи сифатида иштирок этади. Жавобларни аниқлаштиради, тўлдирди, изоҳ беради ва тузатишлар киритади.</p> <p>2.5. Тақдимот якунида талабалар диққатининг мавзунинг асосий томонларига қаратиб, ҳар бита масала бўйича қисқача хулосалар қилади.</p>	<p>Саволларни муҳокама қилиб, уларга жавоб беради. Гуруҳларни фаолиятни ташкил қиладилар. Матнларини ўқиб, саволларга жавоб топадилар. Маълумотни муҳокама қилиб, фикр алмашиб, системалаштирадилар. Тайёр маълумотни тақдим этиш учун чизмали органайзерлар ишлаб чиқади. Гуруҳ сардорлари тайёр маълумотларни тақдим этадилар. Бошқа гуруҳ аъзоларининг берган саволларига жавоб беради.</p>
III. Якуний босқич (10 минут)	<p>3.1. Мавзуни умумлаштиради, умумий хулосалар қилади, якун ясайди.</p> <p>3.2. Гуруҳларга ўзаро қўйган баҳоларини эълон қилишни таклиф қилади. Натижаларни шарҳлайди.</p> <p>3.3. Мустақил ишлашлари учун вазифа беради: (1) назорат саволларига оғзаки жавоб бериш (3-илова); (2) қўшимча адабиётлардан мавзуга тегишли бўлган янги маълумотларни тўплаш.</p>	<p>Эшитадилар.</p> <p>Вазифани ёзиб оладилар.</p>

**“Корхонанинг бизнес – режаси” мавзуси бўйича маъруза машғулотининг технологик харитаси  
(2-машғулот)**

<i>Фаолият босқичлари</i>	<i>Фаолият мазмуни</i>	
	<i>Ўқитувчининг</i>	<i>Талабанинг</i>
I. Кириш босқичи (10 дақиқа)	1.1. Мавзунинг номи, мақсади, кутилажак натижаларини эълон қилади. 1.2. Асосий маълумот ва таянч тушунчалардан иборат маъруза матнларини тарқатади. 1.3. Маърузани ўтказиш шаклини тушунтиради ва баҳолаш мезонларини эълон қилади.	Тинглайдилар.
II. Асосий босқич (60 минут)	2.1. Вазифани эслатади: Инсерт техникасини қўллаган ҳолда маъруза матнини ўқиб ўрганиб чиқиш, берилган ҳар бир маълумот тўғрисида маълум белгиларни қўйиб чиқишни таклиф қилади (4-илова). 2.2. Маълумотни ўрганиб чиққандан сўнг қуйидаги саволга жавоб беришларини таклиф қилади: «Маъруза матнини ўрганиб чиқиб, мавзу бўйича қандай янгиликларни билиб олдингиз?». Асосий тушунчаларни ажратадилар. Асосий тушунчаларни санаб чиқишларини сўрайди, доскага ёзиб боради. 2.3. Асосий тушунчаларга таъриф беришни таклиф қилади (тезкор-сўров техникаси). 2.4. Мавзунинг ўтилган ва ўтиляётган режалари асосида талабалар билан ҳамкорликда кластер ишлаб чиқади (5-илова). 2.5. Кластерга асосланган ҳолда мавзунини тўлиқ ёритади. 2.6. Талабаларни учта гуруҳларга бўлиб, вазифалар беради (6-илова). Гуруҳлар ўзаро бир-бирларини баҳолашларини айтиб, баҳолаш мезонлари жадвалини тарқатади (7-илова). Йўналтирувчи, маслаҳатчи сифатида иштирок этади. 2.7. Такдимот бошланишини эълон қилади. (такдимот учун ҳар бир гуруҳга 5 дақиқа вақт беради). Йўналтирувчи, маслаҳатчи сифатида иштирок этади. Жавобларни аниқлаштиради, тўлдиради, изоҳ беради ва тузатишлар киритади. 2.8. Такдимот якунида талабалар диққатининг мавзунинг асосий томонларига қаратиб, ҳар битта масала бўйича қисқача хулосалар қилади.	Маъруза матнини ўқиб ўрганадилар ва маълум белгиларни қўйиб чиқадилар.  Саволга жавоб бериб, асосий тушунчаларни ажратадилар.  Асосий тушунчаларга таъриф берадилар.  Гуруҳлар фаолият- ни ташкил қилади-лар, вазифани бажаришга киришадилар. Фикр алмашадилар, жавобларни чизмалди, схема тарзида такдим этишга тайёрлайдилар. Гуруҳ сардорлари тайёр маълумотлар-ни такдим этадилар. Бошқа гуруҳ аъзоларининг берган саволларига жавоб беради. Ўзаро бир-бирларини баҳолайдилар.
III. Якуний босқич (10 минут)	3.1. Мавзунини умумлаштиради, умумий хулосалар қилади, якун ясайди. 3.2. Ўзаро қўйилган баҳоларни эълон қилади. Ўқув натижаларини изоҳлайди. 3.3. Мустақил ишлашлари учун вазифа беради (8-илова). Кейинги ўтиладиган мавзу бўйича маъруза матнларини тарқатади. Ўқиб, ўрганиб келишларини айтади.	Эшитадилар.  Вазифани ёзиб оладилар.

## 2.2. Семинарда таълим технологияси

<i>Ўқув соати: 4 соат</i>	<i>Талабалар сони: 20</i>
<i>Ўқув машғулотивнинг шакли</i>	Билимларни мустаҳкамлаш ва чуқурлаштириш (1-2-машғулотивлар).
<i>Мавзу режаси</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бизнес-режанинг моҳияти ва вазифалари.</li> <li>2. Бизнес-режани тайёрлаш босқичлари.</li> <li>3. Корхона миссияси ва мақсадларини белгилаш.</li> <li>4. Бизнес-режа тузилмаси (структураси).</li> </ol>
нанинг бизнес – режаси тўғрисидаги назарий билимларини мустаҳкамлаш ва чуқурлаштириш.	
<p><i>Педагогик вазифалар:</i>  Корхона бизнес-режаси, унинг моҳияти ва вазифалари ҳақидаги назарий билимларни чуқурлаштириш;  Бизнес-режани тайёрлаш босқичларида бажариладиган вазифаларни асослашни ўргатиш;  Корхона миссияси ва мақсадларини аниқлашни ўргатиш;  Бизнес-режа тузилмаси тўғри шакллантиришни кенг ўргатиш;</p>	<p><i>Ўқув фаолиятининг натижалари:</i>  Корхона бизнес-режаси, унинг моҳияти ва вазифалари ҳақида тушунтиради;  Бизнес-режани тайёрлаш босқичларидаги вазифаларни бажариш йўл-йўриқларини кўрсатади;  Бизнес-режа тузилмасига таъсир этувчи омилларни аниқлайди ва мазмунини ёритади;  Миссияни аниқлаш ва мақсадларни амалиётга мос ҳолда ишлаб чиқишни ўрганади;  Бизнес-режа тузилмаси шакллантиришни ўрганади;</p>
<i>Таълим методлари</i>	Амалий, суҳбат, тезкор-сўров
<i>Таълим воситалари</i>	Маъруза матни, формат қоғозлари, маркерлар, скотч, компьютер, ўқув материаллари
<i>Таълим шакллари</i>	Жуфтликларда ва гуруҳларда ишлаш.
<i>Ўқитиш шарт-шароити</i>	Техник воситалардан фойдаланиш ва гуруҳларда ишлашга мўлжалланган аудитория
<i>Мониторинг ва баҳолаш</i>	Назорат саволлари, савол-жавоб, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

**«Корхонанинг бизнес – режаси» мавзуси бўйича семинар машғулотининг технологик харитаси  
(1-машғулот)**

<i>Фаолият босқичлари</i>	<i>Фаолиятнинг мазмуни</i>	
	<i>Ўқитувчининг</i>	<i>талабанинг</i>
I. Кириш босқичи (15 дақиқа)	1.1. Мавзунинг номи, мақсади ва режалаштирилган ўқув натижаларини эслатади. 1.2. Гуруҳлар ишини баҳолаш мезонларини эълон қилади (1-илова). 1.4. Талабаларга мавзу бўйича қўшимча материаллар тарқатади.	Тинглайдилар.
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларни фаоллаштириш мақсадида тезкор-сўров техникасини қўллаб мавзу бўйича саволлар беради: - Бизнес-режанинг мазмуни ва моҳияти нимада? - Корхона миссияси нима ва у қандай ишлаб чиқилади? - Мақсадлар қандай аниқланади ва унинг миссиядан фарқи нимада? - Бизнес-режа қандай маълумотлардан иборат бўлади? Жавобларни диққат билан эшитади, тўлдиради, камчиликларини тўғрилайди. 2.2. Талабаларни ихтиёрий равишда 3 та гуруҳга бўлади. Ҳар бир гуруҳга топшириқ беради (2-илова). 2.3. Гуруҳларда фаолиятни ташкил қилади. Топшириқни бажаришда фақат қўшимча материалдан фойдаланиш кераклигини айтади Гуруҳларни кузатади, йўналтиради, маслаҳатлар беради. 2.4. Тақдимот бошланишини эълон қилади. Жавобларни умумлаштиради, хатоларини тузатади, хатосиз бажарилган ишларни рағбатлантиради.	Берилган саволларга жавоб берадилар.  Ихтиёрий 3 та гуруҳга бўлинадилар. Берилган қўшимча материаллар асо-сида ишлайдилар. Савол бўйича фикр алмашадилар, мулоҳаза қиладилар ва тайёр маълумотни формат қоғозига схемалар, жадваллар асосида туширади. Тайёр материални доскага иладилар. Гуруҳдан бир иш-тирокчи бажарган вазифаларини тақдим этади.
III. Ўйинни олиб боришга тайёргарлик (10 минут)	3.1. Мавзунинг режадаги иккита саволини умумлаштиради, хулосалар қилади. 3.2. Гуруҳлар ишини баҳолайди ва баҳоларни эълон қилади. 3.3. Мустақил вазифа учун топшириқ беради: (1) семинар машғулотининг кейинги иккита саволига қўшимча материаллар асосида тайёрланиб келиш; (2) ҳар бир талабага мавзунинг ўтилган режа саволлари бўйича тўрттадан савол тайёрлаб келиш (3-илова).	Эшитадилар.  Вазифани ёзиб оладилар.

**«Корхонанинг бизнес – режаси» мавзуси бўйича семинар машғулотининг технологик харитаси  
(2-машғулот)**

<i>Фаолият босқичлари</i>	<i>Фаолиятнинг мазмуни</i>	
	<i>Ўқитувчининг</i>	<i>талабанинг</i>
I. Кириш босқичи (15 дақиқа)	1.1. Мавзунинг номи, мақсади, кутилажак натижаларини эслатади, уларнинг ахамиятлилигини ва долзарблигини асослайди. 1.2. Гуруҳлар ишини баҳолаш мезонларини эълон қилади.	Тинглайдилар.
II. Асосий босқич (55 дақиқа)	2.1. Талабаларни фаоллаштириш мақсадида, тайёрлаб келган саволларини бир-бирига беришни таклиф қилади (4-илова. Ўқитувчининг варианты). Жавобларни тинглайди, ўз фикрини ҳам билдиради, хатоларини тўғрилайди, тўлдиради. 2.2. Талабаларни 4 та гуруҳга бўлади. Топшириқ беради (5-илова). Топшириқни аввал жуфтликларда муҳокама қилинишини, фикрлар билдирилишини, сўнгра гуруҳларда муҳокама қилиниб, ягона оптимал фикр сараланиб, формат қоғозига схемалар ва жадваллар асосида туширилишини айтади. Жуфтликлар ва гуруҳлар ишини кузатади, йўналтиради ва маслаҳатлар беради.  2.4. Тақдимот бошланишини эълон қилади. Йўналтирувчи, маслаҳатчи сифатида иштирок этади. Жавобларни аниқлаштиради, тўлдиради, изоҳ беради ва тузатишлар киритади.	Тайёрлаб келган саволларини бир-бирига беради. Тўртта гуруҳга бўлинадилар. Топшириқни аввал жуфтликларда муҳокама қиладилар, сўнгра гуруҳларда муҳокама қилиб, ягона бир фикрни саралаб, ажратиб олади. Тайёр материални формат қоғозларига туширадилар, тақдимотга тайёрлайдилар. Гуруҳ сардорлари маълумотларни доскага иладилар ва тақдим қиладилар. Гуруҳ иштирокчилари томонидан берилган саволларга жавоб берадилар.
III. Яқуний босқич (10 минут)	3.1. Мавзунинг умумлаштиради, умумий хулосалар қилади, яқун ясайди. Талабалар диққатини мавзунинг асосий томонларига қаратади. 3.2. Амалга оширилган фаолиятнинг келажакда касбий фаолиятлари учун зарурлигини қайд қилади. 3.3. Мустақил ишлашлари учун вазифа беради: ўтилган мавзу бўйича тўрттадан тест саволларини ишлаб келиш.	Эшитадилар.  Вазифани ёзиб оладилар.

**“Корхонанинг бизнес – режаси” мавзуси бўйича маъруза машғулотида талабалар фаолиятини баҳолаш кўрсаткичлари ва мезонлари.**

**Маъруза машғулотининг рейтингини**

- 1,5 - 2 балл - «аъло»  
 1,0 – 1,4 балл - «яхши»  
 0,5 – 0,9 балл - «қониқарли»  
 0 – 0,4 балл - «қониқарсиз»

**Эксперт гуруҳлар фаолияти натижаларини баҳолаш мезонлари**

<i>Кўрсаткичлар</i>	<i>Макс.балл</i>	<i>Гуруҳ иши натижаларининг баҳоси</i>			
		<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Маълумотнинг тўлаллиги	1,0				
Тақдимот (маълумотнинг чизмалари тарзда тақдим этилиши)	0,6				
Гуруҳнинг фаоллик даражаси (қўшимчалар киритиш, савол-жавоблар бериш)	0,4				
Балларнинг максимал ҳажми	2				

2-илова

**Эксперт варағи №1**

**Бизнес-режанинг моҳияти ва вазифалари.**

- Бизнес-режа тушунчаси бўйича турли олимларнинг фикрлари.  
 Бизнес-режа бажарадиган функциялар.  
 Бизнес-режанинг вазифалари.  
 Бизнес-режанинг аҳамияти.

(Маълумот жадвал /структуравий-манتيкий схема /кластер ва ҳоқозаларда

**Эксперт варағи №2**

**Бизнес-режани тайёрлаш босқичлари..**

- Бизнес-режанинг лойища варианты.  
 Ишчи бизнес-режа вазифаларни  
 Расмий бизнес-режа.  
 Корхона миссияси.  
 Бизнес-режа мақсадларини ишлаб чиқиш.

(Маълумот жадвал /структуравий-манتيкий схема /кластер ва ҳоқозаларда тақдим этилади)

**Эксперт варағи №3**

**Бизнес-режа тузилмаси (структураси).**

- Корхона стратегияси.  
 Бизнес-режанинг тахминий тузилмаси.  
 Бизнес-режаларнинг ҳар бир тури учун характерли бўлимлар.

(Маълумот жадвал /структуравий-манتيкий схема /кластер ва ҳоқозаларда тақдим этилади)

**Ўз-ўзини текшириш ва баҳолаш учун назорат саволлар ва топшириқлари:**

1. Бизнес-режанинг мазмуни ва моҳияти нимада?
2. Корхона миссияси нима ва у қандай ишлаб чиқилади?
3. Мақсадлар қандай аниқланади ва унинг миссиядан фарқи нимада?
4. Бизнес-режа қандай маълумотлардан иборат бўлади?
5. Бизнес-режани тузиш учун маълумотларни қайси кетма-кетликда тайёрлаш керак?
6. Бизнес-режани тузиш босқичлари ва уларнинг фарқи нимада?
7. Ишчи бизнес-режа қандай вазифаларни бажаришга қаратилган?
8. Бизнес-режанинг асосий бўлимларини санаб беринг?
9. Бизнес-режа қандай талабларга жавоб бериши лозим?
10. Бизнес-режани ишлаб чиқиш учун жавобгарлик кимнинг масъулиятида бўлади?

Инсерт жадвалининг тузилиши ва уни тулдириш коидаси билан танишадилар.

**Инсерт** жадвали:

- маълумотларни системалаштиришни (мустақил ўқиш/ маъруза эшитиш жараёнида олинган), уни тасдиқлаш, аниқлаштириш ёки рад этиш; қабул қилинаётган маълумотнинг тушунарлилигини назорат қилиш, аввал эгалланган маълумотни янгиси билан боғлаш қобилиятларини шакллан тиришни таъминлайди;
- ўқув маълумотини мустақил ўргангандан сўнг қўлланилади.

Ўқиш жараёнида олинган маълумотларни индивидуал ҳолда системалаштирадилар;

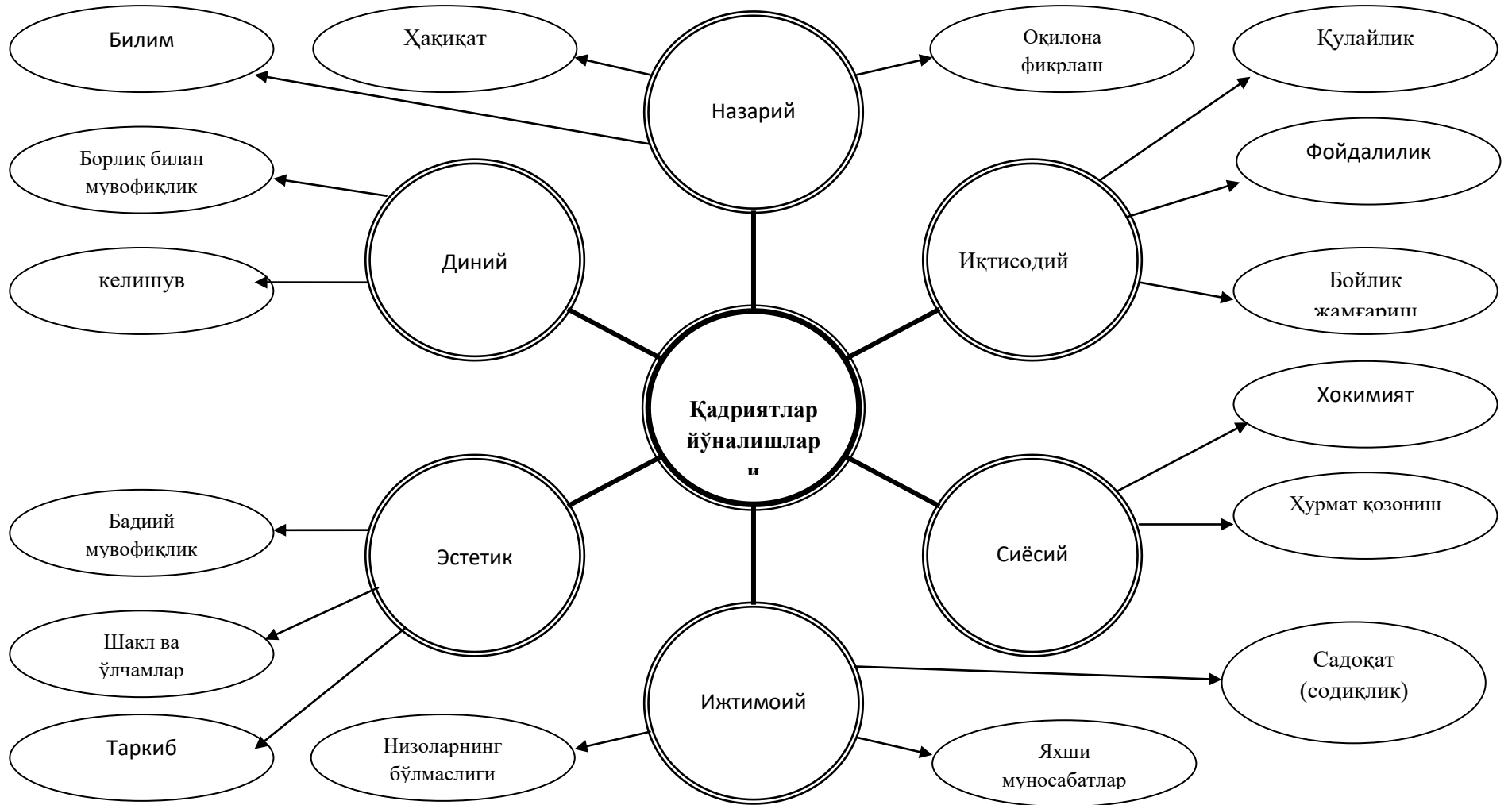
Матнда қўйилган белгилар асосида жадвал устунларини тўлдирадилар:

- ҳақидаги билимларимга жавоб беради;
- «-» - ҳақидаги билимларимга қарама-қарши;
- + - янги маълумотлар
- ? – тушунарсиз (аниқлаштириш,

**Инсерт жадвали**

	+	-	?

КЛАСТЕР



**Баҳолаш кўрсаткичлари ва мезонлари**

Гуруҳ	Баҳо	Баҳолаш кўрсаткичлари ва мезонлари			
		Маълумотнинг тўлалиги	Гуруҳ иштирокчиларининг фаоллиги	Маълумотнинг тақдим этилиши	Жами
	Балл	1,0	0,5	0,5	2
1					
2					
3					

**Гуруҳ ишларини умумлаштирувчи баҳо**

Гуруҳ	1	2	3	Жами балл	Баҳо
1					
2					
3					

1,5 – 2 балл - «аъло»  
 1,0 – 1,4 балл - «яхши»  
 0,5 – 0,9 балл - «қониқарли»  
 0 - 0,4 балл - «қониқарсиз»

**Эксперт варағи №1****Бизнес-режа тушунчаси ва унинг моҳияти.**

Бизнес-режанинг таърифи.

Бизнес-режанинг мазмуни ва моҳияти.

**Эксперт варағи №2****Бизнес-режанинг вазифалари.**

Бизнес-режани ишлаб чиқиш нима учун керак?

Бизнес-режа бажарадиган функциялар.

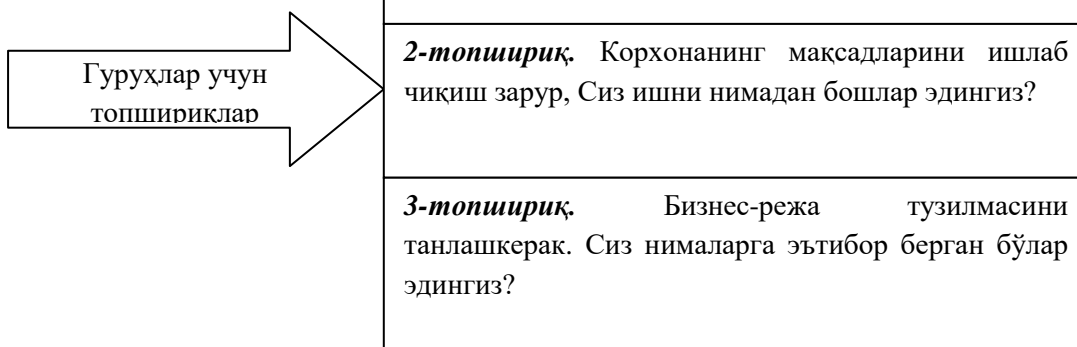
**Эксперт варағи №3****Бизнес-режани тайёрлаш босқичлари.**

Бизнес-режанинг лойиҳа варианты.

Ишчи бизнес-режа вазифаларни

**Назорат учун саволлар (ўқитувчининг варианты):**

Бизнес-режа корхона учун бозор иқтисоди шароитида зарурми?  
 Бизнес-режа тўғрисидаги турли олимларнинг фикрларини изоҳлаб беринг.  
 Бизнес-режанинг таърифини беринг.  
 Корхона миссияси нима учун керак?  
 Корхонанинг мақсади нима ва унинг миссиядан фарқи нимада?  
 Бизнес-режани босқичма-босқич ишлаб чиқишнинг афзаллиги нимада?  
 Бизнес-режанинг тузилмаси нималарга боғлиқ?

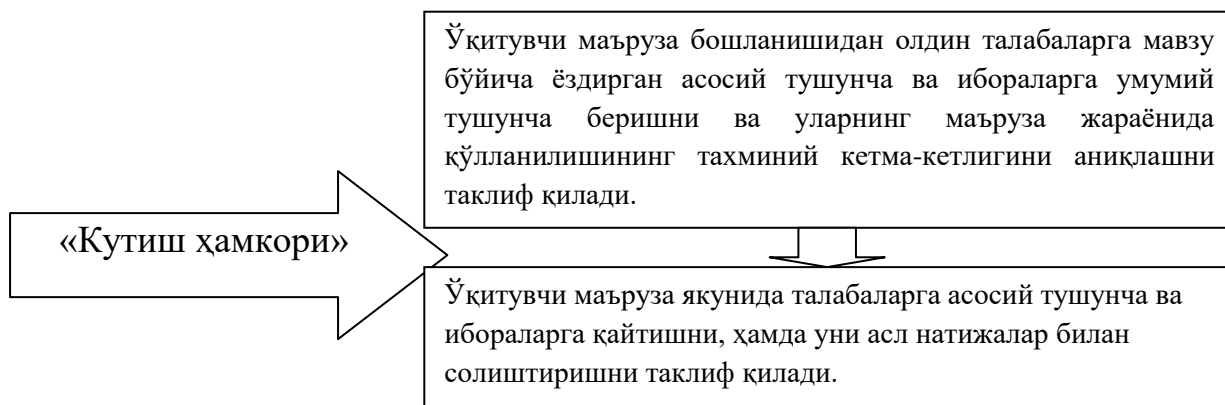


## 3.1. Маърузада таълим технологияси

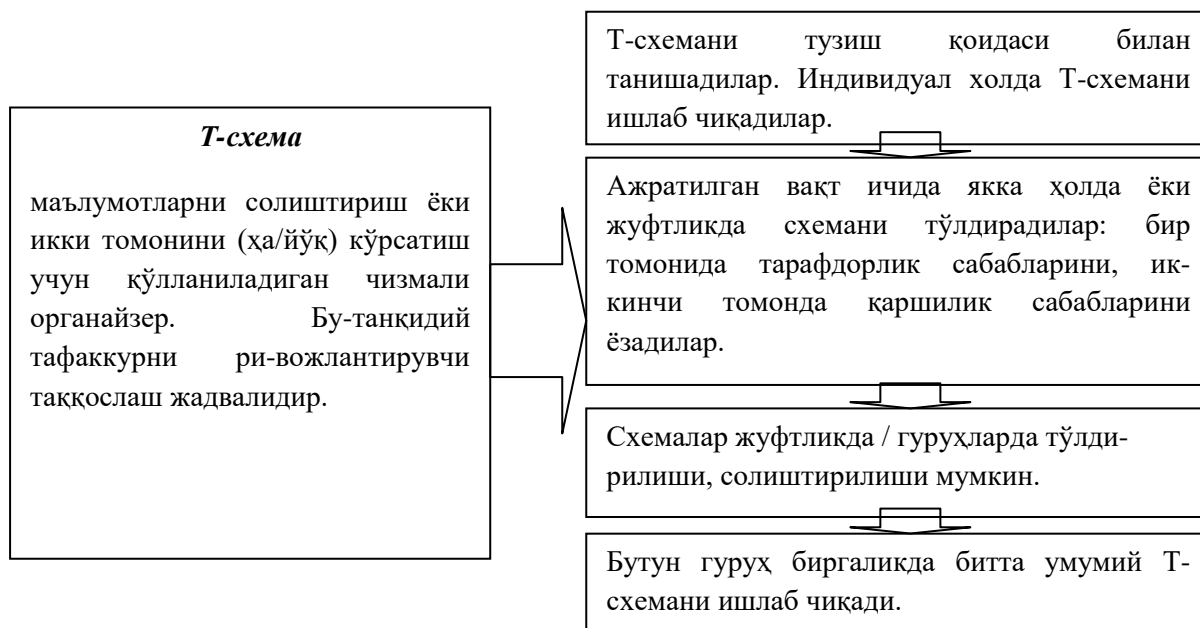
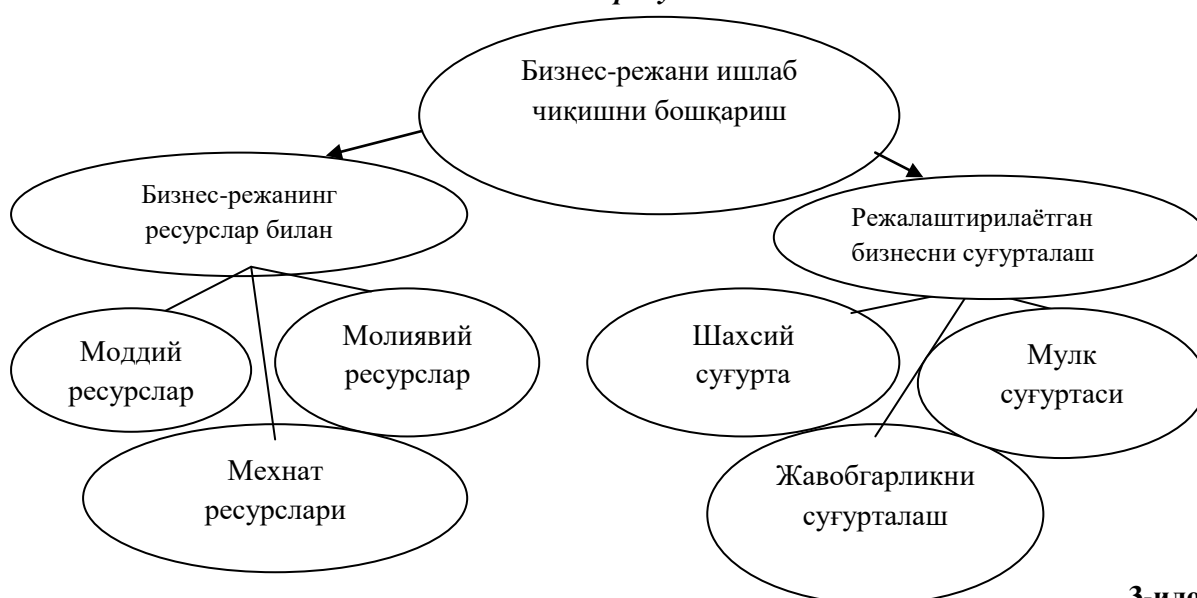
<i>Ўқув соати: 2 соат</i>	<i>Талабалар сони:</i>
<i>Ўқув машғулотининг шакли</i>	Маълумотли (кўргазмали) маъруза
<i>Маъруза режаси</i>	1. Бизнес-режани ишлаб чиқишни бошқариш. 2. Бизнес-режанинг ресурслар билан таъминланганлиги. 3. Режалаштирилаётган бизнесни суғурталаш.
Бизнес-режанинг асосланганлиги ва ишончлилиги таъминлаш бўйича умумий тушунчаларини шакллантириш.	
<i>Педагогик вазифалар:</i> Бизнес-режани ишлаб чиқишни бошқариш ҳақида тушунча бериш; Бизнес-режанинг ресурслар билан таъминланганлигига эришиш зарурати тўғрисида маълумот бериш; Режалаштирилаётган бизнесни суғурталаш ҳақида тасаввурларини шакллантириш.	<i>Ўқув машғулотининг натижалари:</i> Бизнес-режани ишлаб чиқишни бошқаришни ўрганади.  Бизнес-режанинг асосланганлиги ва ишончлилигини таъминлаш чора-тадбирлари ҳақида гапириб беради;  Режалаштирилаётган бизнесни суғурталаш мазмунини тушунтиради.
<i>Таълим методлари</i>	Маъруза, ақлий ҳужум, намоёниш этиш, кутиш ҳамроҳи ва чизмали органайзерлар техникаси
<i>Таълим воситалари</i>	Маъруза матни, компьютер технологиялари, чизмали органайзерлар, формат қоғозлари, маркерлар, скотч.
<i>Таълим шакллари</i>	Фронтал, жамоавий, гуруҳларда ишлаш
<i>Ўқитиш шарт-шароити</i>	Техник воситалардан фойдаланиш ва гуруҳларда ишлашга мўлжалланган аудитория
<i>Мониторинг ва баҳолаш</i>	Савол-жавоб, рейтинг тизими асосида баҳолаш, назорат саволлари ва вазифалар.

**«Бизнес-режанинг асосланганлиги ва ишончлилиги» мавзuidaги маъруза  
машғулоти нинг технологик харитаси**

<i>Фаолият босқичлар и</i>	<i>Фаолият мазмуни</i>	<i>Талабанинг</i>
<p>I. Кириш босқичи (10 дақиқа)</p>	<p>1.1.Мавзунинг номи, мақсади, ўқитиш натижаларини, мавзунинг режасини эълон қилади. 1.2.Мавзу бўйича асосий тушунча ва таянч ибораларни шарҳлайди ва уларни ёздирди. 1.3.Баҳолаш мезонларини эълон қилади.</p>	<p>Тинглайдилар. Асосий тушунча ва ибораларни ёзиб оладилар</p>
<p>II. Асосий босқич (60 дақиқа)</p>	<p>2.1.Бугунги ўқув машғулотида нималарни муҳокама қилишимизни чуқур ўйлаб жавоб беришни, унда асосий тушунча ва ибораларнинг ўрнини аниқлашни уларнинг ўрганилиш кетма-кетлигини рақамлар асосида белгилашни таклиф қилади (Кутиш ҳамкори. 1-илова). 2.2.Ақлий ҳужум методи ёрдамида талабаларни фаоллаштиради. «Бизнес-режани ишлаб чиқишни бошқариш деганда нимани тушунаси?» саволини беради ва қисқа иборалар билан жавоб беришини сўрайди. Жавобларни доскага ёзиб боради. 2.3. Жавобларни гуруҳлаштиришни ва системалаштиришни таклиф қилади. Талабалар билан ҳамкорликда, уларнинг жавоблари асосида кластер ишлаб чиқади (2-илова – ўқитувчининг варианты). Фаолият жараёнида жавобларни аниқлаштиради, тузатади, ўзгартиришлар киритади. 2.4.Режалар асосида (кластерга қараб) мавзунинг мазмунини ёритади. Экранда чизмаларни органайзерларни намойиш этиш орқали шарҳлайди, тушунтиради. 2.5.Талабаларни учта гуруҳга бўлади.Т-схемани тўлдириш қоидасини тушунтиради (3-илова). Олдин индивидуал, сўнгра гуруҳларда мавжуд саволлар (4-илова) бўйича Т-схемани тўлдиришни айтади. Формат қоғозларини тарқатиб, гуруҳларда фаолиятни ташкил қилади. Гуруҳлар ишини кузатади, йўналтиради, маслаҳатлар беради. 2.6.Олинган натижалар бўйича тақдимот ўтказилишини эълон қилади. Тақдимот жараёнида талабалар билан биргаликда схеманинг тўлиқ ишлаб чиқилганини таҳлил қилади, камчиликларни тўлдирди, аниқлаштиради, тўғрилайди ва баҳолайди. 2.7.Т-схеманинг охириги тўғри вариантини дафтарларига кўчиришни таклиф қилади.</p>	<p>Дафтарларига ёзиб, асосий тушунча ва ибораларни рақамлар билан белгилаб чиқади. Саволга жавоб берадилар. Жавоблари гуруҳлаштириб, кластер ишлаб чиқишга ёрдам беради. Эшитадилар. Зарур маълумотларни ёзиб оладилар. Фикр алмашадилар. Ҳар бир талаба индивидуал Т-схемани ишлаб чиқади. Сўнг Т-схемалар солиштирилади ва бита умумийси гуруҳларда ишлаб чиқилади. Гуруҳ сардорлари ишларини доскага илиб, уни шарҳлай-ди. (5 дақ.). Бошқа гуруҳ аъзолари кўшимчалар кирита-ди, тўғрилайди, саволлар беради. Т-схемани дафтарларига кўчирадилар.</p>
<p>III. Яқуний босқич (10 дақиқа)</p>	<p>3.1. Мавзуни умумлаштиради, хулосалар қилади ва яқун ясайди. Талабалар диққатини мавзунинг асосий томонларига қаратади. 3.2.Талабалар фаолиятини баҳолайди: энг фаол иштирокчилар билан бирга гуруҳ ишларида энг суст иштирок этганларни ҳам айтиб ўтади. Гуруҳ ишларини самарасини ошириш бўйича таклифлар беради. 3.3.Талабаларга машғулот бошида белгиланган асосий тушунча ва ибораларни кетма-кетлиги тақдим этилган маълумотни баён этиш структураси билан солиштиришни таклиф қилади (5-илова). 3.4. Мустақил ишлашлари учун вазифа беради: (1) маъруза материални инсерт техникасини қўллаган ҳолда ўрганиб чиқиш; (2) инсерт жадвалини тўлдириш.</p>	<p>Эшитадилар. Асосий тушунча ва ибораларни узлари тузган кетма-кетлик билан солиштириб кўрадилар. Вазифани ёзиб оладилар.</p>



**Кластер тузиш**



*Т-схема***Бизнес-режани ишлаб чиқишни бошқариш**

Ижобий томонлари	Камчиликлари
<i>Т-схема. Бизнес-режанинг ресурслар билан таъминланганлиги</i>	
<i>Т-схема. Режалаштирилаётган бизнесни суғурталаш</i>	

*Таянч ибора ва тушунчалар*

1.	Бизнес-режани ишлаб чиқишни бошқариш
2.	Бизнес-режани тайёрлашда раҳбарнинг шахсан иштирок этиши.
3.	Бизнес-режанинг асосланганлиги
4.	Бизнес-режанинг ишончилиги
5.	Бизнес-режани ўз вақтида ишлаб чиқиш.
6.	Муваффақиятга эришишнинг учта асосий омили
7.	Ресурслар
8.	Таъминланганлик
9.	Моддий ресурслар
10.	Тежаш
11.	Бизнесни суғурталаш
12.	Рисклар
13.	Суғурталанувчи рисклар
14.	Ҳуқуқий рисклар
15.	Ишлаб чиқариш рисклари
16.	Маркетинг рисклари
17.	Молиявий рисклар
18.	Инновацион рисклар
19.	Риск омиллари

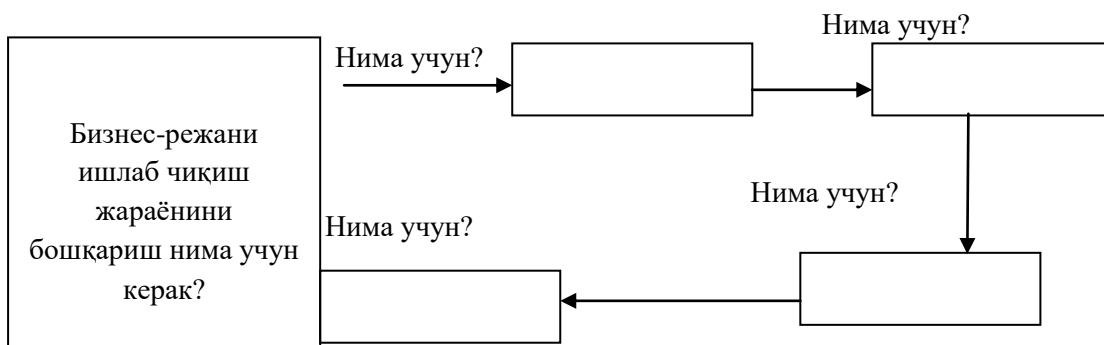
### 3.2. Семинарда таълим технологияси

<i>Ўқув соати: 2 соат</i>	<i>Талабалар сони:</i>
<i>Ўқув машғулотивининг шакли</i>	Билимларни мустаҳкамлаш ва чуқурлаштириш
<i>Мавзу режаси</i>	1. Бизнес-режани ишлаб чиқишни бошқариш. 2. Бизнес-режанинг ресурслар билан таъминланганлиги. 3. Режалаштирилаётган бизнесни суғурталаш.
Бизнес-режанинг асосланганлиги ва ишончлилиги таъминлаш бўйича билимларини мустаҳкамлаш ва чуқурлаштириш.	
<i>Педагогик вазифалар:</i> Бизнес-режани ишлаб чиқишни бошқариш ҳақида тушунчаларни чуқурлаштириш; Бизнес-режанинг ресурслар билан таъминланганлигини эришиш бўйича билимларни мустаҳкамлаш; Режалаштирилаётган бизнесни суғурталаш ҳақидаги тасаввурларни чуқурлаштириш.	<i>Ўқув фаолиятининг натижалари:</i> Бизнес-режани ишлаб чиқишни бошқаришни асосларини кўрсатади.  Бизнес-режанинг асосланганлиги ва ишончлилигини таъминлаш чора-тадбирларини санаб беради;  Режалаштирилаётган бизнесни суғурталаш мазмунини ёритиб ва хавф-хатарлар гуруҳини тушунтиради.
<i>Таълим методлари</i>	Амалиёт, тезкор сўров, нима учун техникаси
<i>Таълим воситалари</i>	Маъруза матни, формат қоғозлари, маркерлар, скотч, ўқув тарқатрма материаллари
<i>Таълим шакллари</i>	Жамоавий, жуфтликларда ва гуруҳларда ишлаш.
<i>Ўқитиш шарт-шароити</i>	Техник воситалардан фойдаланиш ва гуруҳларда ишлашга мўлжалланган аудитория
<i>Мониторинг ва баҳолаш</i>	Назорат саволлари, савол-жавоб, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

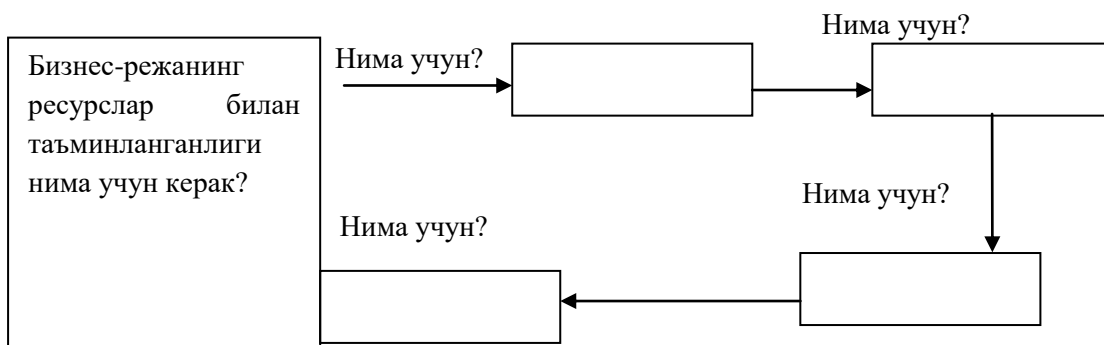
**«Бизнес-режанинг асосланганлиги ва ишончлилиги» мавзуси бўйича семинар  
машғулотининг технологик харитаси**

Фаолият босқичлари	Фаолиятнинг мазмуни	
	Ўқитувчининг	талабанинг
I. Кириш босқичи (10 дақиқа)	1.1. Мавзунинг номи, мақсади, кутилажак натижаларини эслатади, уларнинг аҳамиятлилиги ва долзарблигини асослайди. 1.2. Семинар машғулотнинг ўтказилиш шаклини ва тартибини тушунтиради. 1.3. Гуруҳлар фаолиятини баҳолаш мезонларини эълон қилади. 1.4. Машғулот сўнгида тест ўтказилишини уқтиради.	Тинглайдилар.
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабалар билимини фаоллаштириш мақсадида тезкор-сўров техникасини қўллаб, қуйидаги саволларни беради: - Бизнес-режани ишлаб чиқиш жараёнини бошқариш қайси элементлардан таркиб топади? - Бизнес-режани ишлаб чиқиш жараёнини бошқаришда бажарилувчи асосий вазифаларни санаб беринг? - Бизнес-режани ишлаб чиқишни ўз вақтида амалга оширишнинг аҳамияти нимада? - Бизнес-режанинг ресурслар билан таъминланганлиги деганда нимани тушунасиз? - Бизнесда сугурталашнинг мақсади ва асосий йўналишларини айтиб беринг. - Таваккалчилик нима ва унинг бизнесга таъсирини қандай ҳисобга олинади? Берилган жавобларни таҳлил қилади, камчиликларини тўлдиради, хатоларини тузатади. 2.2. Талабаларни ихтиёрий равишда учта кичик гуруҳга бўлади ва ҳамкорликда топширик бажаришларини уқтиради. 2.3. Топшириқлар тарқатади. «Нима учун?» техникасидан фойдаланиб, топшириқни аввал индивидуал, сўнгра гуруҳда бажариши кераклигини айтади ва жадвални тўлдириш тўлдириш қондасини тушунтиради. (1-илова). Гуруҳларда фаолиятни ташкил қилади, талабаларни кузатади, йўналтиради, маслаҳатлар беради. 2.4. Тақдимот бошланишини эълон қилади. Йўналтирувчи, маслаҳатчи сифатида иштирок этади. Жавобларни аниқлаштиради, тўлдиради, изоҳ беради ва тузатишлар киритади.	Тинглайдилар. Саволларга жавоб берадилар.  Гуруҳларга бўлинади. Берилган топшириқларни аввал жуфтликларда, сўнгра гуруҳларда муҳокама қилади, фикрлар билдиради, оптимал вариантини танлаб жадвални тўлдиради. Тайёр жавобни формат қоғозига тушириб, тақдимотга тайёрлайди. Гуруҳдан биттадан иштирокчи чиқиб тайёр ишларини тақдимотини қилади, жавобларини изоҳлаб, асослайди.
III. Якуний босқич (10 минут)	3.1. Мавзунинг умумлаштиради, умумий хулосалар қилади, якун ясайди. Талабалар диққатини мавзунинг асосий томонларига қаратади. 3.2. Амалга оширилган фаолиятнинг келажакда касбий фаолиятлари учун зарурлигини қайд қилади. 3.3. Мустақил ишлашлари учун вазифа беради: (1) назорат саволларига оғзаки жавоб бериш; (2) Саволлар асосида БББ жадвалини тўлдириб келиш (2,4-иловалар).	Тинглайдилар.  Вазифани ёзиб оладилар.

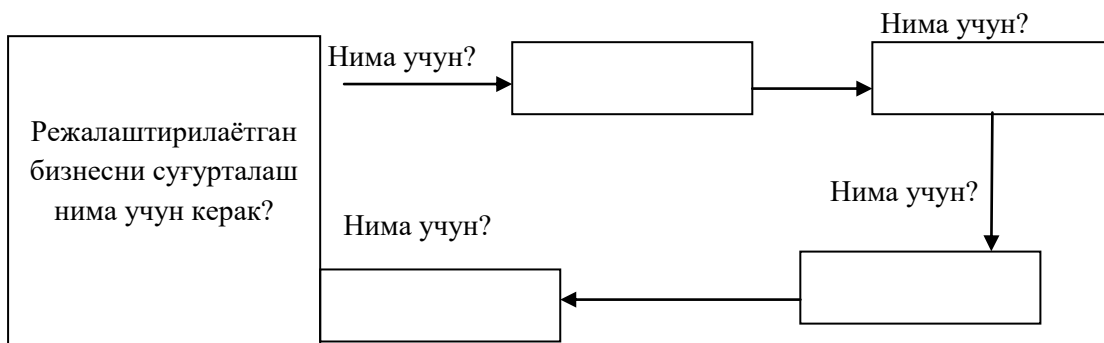
**Ўқув топшириқлари**  
**1-гурух**  
**«Нима учун?» техникаси**



**2-гурух**  
**«Нима учун?» техникаси**



**3-гурух**  
**«Нима учун?» техникаси**



## Саволлар асосида БББ жадвалини тўлдириш

Саволлар	Биламан	Билишни хоҳлайман	Билиб олдим
1. Режалаштириш жараёнини бошқариш нималарга имкон беради?			
2. Муваффақиятга эришишнинг қандай асосий омиллари мавжуд?			
3. Раҳбарлик лавозимларига номзодларни танлаш ва баҳолашда уларнинг қандай фазилатлари ҳисобга олинади?			
4. Ресурслар билан таъминлашда асосий мезонлар нималардан иборат?			
5. Моддий ресурсларни тежашнинг асосий йўналишлари амалиётда нималардан иборат?			
6. Суғурта тизими асосан қандай йўналишларни назарда тутади?			
7. Фирма ўз фаолияти мобайнида қандай таваккалчиликларга учраши мумкин?			

## Баҳолаш кўрсаткичлари ва мезонлари

Гуруҳ	Баҳо	Баҳолаш кўрсаткичлари ва мезонлари			
		Маълумотнинг тўлаллиги	Гуруҳ итирокчи- ларининг фаоллиги	Маълумотнинг тақдим этилиши	Жами
	Балл	0,5	0,25	0,25	1
1					
2					
3					

## Гуруҳ ишларини умумлаштирувчи баҳо

Гуруҳ	1	2	3	Жами балл	Баҳо
1					
2					
3					

0.86 – 1 балл - «аъло», 0.71 – 0.85 балл - «яхши»  
0,56 – 0,7 балл - «кониқарли», 0 - 0,55 балл - «кониқарсиз»

## Муҳокама ва назорат саволлари

1. Бизнес-режани ишлаб чиқиш жараёнини бошқариш қайси элементлардан таркиб топади?
2. Бизнес-режани ишлаб чиқиш жараёнини бошқаришда бажарилувчи асосий вазифаларни санаб беринг?
3. Бизнес-режа қандай талабларга жавоб бериши лозим?
4. Бизнес-режани ишлаб чиқишни ыз вақтида амалга оширишнинг аҳамияти нимада?
5. Бизнес-режанинг ресурслар билан таъминланганлиги деганда нимани тушунасиз?
6. Моддий ресурсларни тежашнинг асосий йўналишларини тушунтиринг.
7. Бизнес-режанинг асосланганлиги ва ишончилиги учун ким жавоб беради?
8. Суғурталашнинг бизнесга қандай алоқаси бор?
9. Бизнесда суғурталашнинг мақсади ва асосий йўналишларини айтиб беринг.
10. Таваккалчилик нима ва унинг бизнесга таъсирини қандай ҳисобга олинади?

## 4 Мавзу. Корхона тавсифи ва уни баҳолаш.

### 4.1 Маърузада таълим технологияси

<b>Ўқув соати: 4 соат.</b>	<b>Талабалар сони: 20-50та</b>
<b>Ўқув машғулотининг шакли</b>	<b>Информацион бахс-мунозара маърузаси</b>
<b>Маъруза режаси</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бизнес-режанинг титул варағи, аннотацияси, мундарижаси ва кириш қисми.</li> <li>2. 6.2Бизнес-режанинг резюмеси (қисқача мазмуни)</li> <li>3. Корхонанинг тармоқдаги ҳолати таҳлили</li> <li>4. Бозорни ва асосий рақобатчиларни таҳлил қилиш</li> <li>5. 6.5. Корхонани баҳолаш</li> </ol>
<b>Ўқув машғулотининг мақсади</b>	Корхона тавсифи ва уни баҳолаш тўғрисида тўлиқ тушунча ҳосил қилиш.
<b>Педагогик вазифалар:</b>	<b>Ўқув фаолияти натижалари:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Бизнес-режанинг резюмеси (қисқача мазмуни) билан таништиради;</li> <li>- Корхонанинг тармоқдаги ҳолатини таҳлил қилишни тушунтиради;</li> <li>- Бозорни ва асосий рақобатчиларни таҳлил қилишнинг аҳамиятини тушунтиради;</li> <li>-Корхонани баҳолаш асосларини тушунтиради;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Бизнес-режанинг резюмеси (қисқача мазмуни) моҳияти ва мазмунини тушунтириб бера оладилар;</li> <li>• Корхонанинг тармоқдаги ҳолатини таҳлил қила оладилар;</li> <li>• Бозорни ва асосий рақобатчиларни таҳлил қилишни тартибини тушунтириб бера олади;</li> <li>• Корхона тавсифномаси кучли ва заиф томонларини, имкониятлар ва хавфларни баҳолашни тушунтира оладилар;</li> </ul>
<b>Ўқитиш усуллари ва техника</b>	Маъруза, ақлий ҳужум, “Балиқ скелети” ва “Каскад” техникалари, “Блиц - сўраш” услуги
<b>Ўқитиш воситалари</b>	Маъруза матни, тарқатма манба, компьютер, ўқув-услубий мажмуа, слайдлар.
<b>Ўқитиш шакли</b>	Жамоа, жуфт-жуфт бўлиб ишлаш
<b>Ўқитиш шарт-шароитлари</b>	Техник воситалар билан таъминланган, ўқитиш усулларини кўллаш мумкин бўлган ўқув хона.
<b>Мониторинг ва баҳолаш</b>	Кузатиш, оғзаки назорат, ёзма назорат, савол-жавобли сўров, ўқув топшириқ.

**Маърузанинг технологик картаси (1-машғулот)**

Иш жараёнлари вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
<b>1 босқич. Кириш (10 дақиқа)</b>	<p>1.1. Маърузанинг мавзусини эълон қилади, ўқув машғулотининг мақсади ва натижаларини тушунтиради.</p> <p>1.2. Хар бир талабага мавзу бўйича тарқатма манба тарқатади</p> <p>1.3. Мавзу бўйича маъруза машғулотининг йўналтирувчи слайдларини намойиш этади, маъруза режасига изох беради (1-Илова).</p>	<p>Тинглайди, мавзу номини ёзиб олади</p> <p>Тарқатмадан фойдаланади</p> <p>Ёзадилар, ўз фикрларини эркин баён этадилар</p>
<b>2 босқич. Асосий жараён (60 дақиқа)</b>	<p>2.1. Ўқув машғулотининг бирин-чи саволи бўйича маъруза қилади. Маъруза бўйича «аклий хужум» усулидан фойдаланган ҳолда талабаларга қуйидаги саволни беради: “Бизнес-режанинг резюмеси қандай бўлиши керак?”</p> <p>Жавобларни тинглайди, тўғри-лайди, тўлдиради, хулоса қилади</p> <p>2.2. Мавзунинг 2 саволини кафедра профессор-ўқитувчилари томонидан тайёрланган электрон ўқув-услубий мажмуани тақдим этган ҳолда ёритиб беради. (мультимедия намойиш этилади)</p> <p>2.3. Талабаларни эркин бахс-мунозарага тортиш мақсадида “Балиқ скелети” техникасидан фойдаланилган ҳолда, “Қорхонанинг тармоқдаги ҳолати таҳлили нима учун керак?” деб ёзилган А-4 қоғозларни тарқатади (2-Илова).</p> <p>Талабаларнинг фикрлари умумлаштирилади ва хулоса-ланади.</p> <p>2.5. Таянч ибораларни таҳлил қилади (3-Илова).</p> <p>Мавзу бўйича талабаларнинг билимларини мустаҳкамлаш мақсадида Блиц-сўров ўтказади. (4-Илова).</p>	<p>Ёзади, саволга жавоб беради.</p> <p>Ёзади, тинглайди</p> <p>Ёзади, тинглайди.</p> <p>Жуфт-жуфт бўлиб ишлайди. Эркин фикрини баён этади.</p> <p>Хар бир таянч тушунча ва ибораларни муҳокама қиладилар.</p> <p>Саволларга жавоб беради.</p>
<b>3 босқич. Яқуний босқич (10 дақиқа)</b>	<p>3.1 Мавзу бўйича умумий хулоса қилинади.</p> <p>3.2. Талабаларнинг фаоллиги рағбатлантирилади.</p> <p>3.3. Ўз-Ўзини назорат қилиш учун саволлар беради (5-Илова).</p> <p>3.5.Адабиётларни ўрганишни тавсия қилади.</p>	<p>Тинглайди</p> <p>Ўзини қизиқтирган саволлар беради</p> <p>Топширикни ёзади</p> <p>ЎУМга қаранг</p>

4-мавзу. Корхона тавсифи ва уни баҳолаш.

Режа:

4.1. Бизнес-режанинг титул варағи, аннотацияси, мундарижаси ва кириш қисми.

4.2 Бизнес-режанинг резюмеси (қисқача мазмуни)

4.3. Корхонанинг тармоқдаги ҳолати таҳлили

2-слайд

Бизнес-режанинг титул варағи қуйидаги тартибда расмийлаштирилиши мумкин:

Корхона \_\_\_\_\_

Манзил \_\_\_\_\_

Телефон \_\_\_\_\_ Факс \_\_\_\_\_ Интернет сайти \_\_\_\_\_

Маълумотлар сир сақлансин.

Лойища сизни қизиқтирмаса марҳамат қилиб муаллифга қайтаринг.

Кимга \_\_\_\_\_

Лойищанинг қисқача номи(20-30 белгигача)

---

Лойищанинг тыла номи \_\_\_\_\_

Корхона раъсбари \_\_\_\_\_ тел. \_\_\_\_\_ электрон манзил \_\_\_\_\_

Лойища муаллифи \_\_\_\_\_ тел. \_\_\_\_\_ электрон манзил \_\_\_\_\_

Лойищани амалга оширишнинг бошланиши \_\_\_\_\_

3-слайд

**Аннотацияда** бизнес-режанинг мақсади ва асосий мазмуни қисқача 0,5 - 2 бетда баён қилинади. Аннотация юқори раъсбарият, ёзма мурожатлар, реклама эълонлари учун мылжалланган бўлади.

Аннотация қуйидаги тартибда режалаштирилиши мумкин:

Корхона \_\_\_\_\_

Манзил \_\_\_\_\_

Телефон \_\_\_\_\_ Факс \_\_\_\_\_ Электрон манзил \_\_\_\_\_

Корхона раъсбари \_\_\_\_\_

Таклиф этилаётган лойища мощияти ва амалга ошириш жойи \_\_\_\_\_

Лойищани амалга оширишдан натижалар

Резюмедаги асосий позициялар:

Мазкур бизнес-режани тақдим этувчи корхонанинг миссияси, бизнес-режанинг мақсади, ызига хос жищатлари ва тарихини ифодалаш;

корхонанинг ташкилий-шуқуқий шакли;

корхона шуғулланиши кутилаётган бизнесни тавсифлаш;

бошқарув персоналининг малакаси ва корхона капиталидаги иштироки шақидаги қисқача маълумотлар;

бозордаги ва тармоқдаги вазиятни тавсифлаш;

корхона мащсулоти (хизматлари) ва унинг рақобатчилар мащсулотларидан фарқи;

лойищанинг узоқ муддатли ва қисқа муддатли мақсадлари, кутилаётган даромад ва ишлаб чиқаришнинг ысиши;

белгиланган мақсад ва вазифаларга эришишнинг тактик режаси;

зарур инвестициялар миқдори ва улардан фойдаланиш йыналишлари;

инвестиция қыйилмаларидан фойдаланишнинг молиявий натижалари;

кутилаётган таваккалчиликлар ва инвесторлар учун мукофотлар;

корхонанинг ишлаш шароитлари, уни яратиш ва рыйхатдан ытказиш шақидаги маълумотлар;

корхона ращбариятининг телефонлари.

## Резюмени расмийлаштиришнинг тахминий тартиби:

*Лойиҳани моҳияти* \_\_\_\_\_

Таклиф этилаётган бизнеснинг асосий устувор ва нодир жихатлари, унинг ривожланиш истиқболлари

*Бизнес-режанинг мақсади ва вазифалари* \_\_\_\_\_

*Иқтисодий асослаш ва лойиҳа самарадорлиги* \_\_\_\_\_

Асосий молиявий натижалар ва инвестор ҳамда ишлаб чиқарувчи учун мўлжалланаётган, башорат қилинаётган самарадорлиги.

*Фирма, тадбиркор тўғрисидаги маълумотлар* \_\_\_\_\_

Корхонанинг ташкил этилган ва кенгайтирилган санаси, ташкилий ҳуқуқий шакли, капиталнинг тузилмаси (чиқаришга руҳсат берилган акциялар сони, чиқарилган ва муомиладаги акциялар сони, уларнинг номинал қиймати ва биржа баҳоси), корхона ҳисоб рақами очилган асосий банк, корхонанинг ихтисослашуви ва ривожланиш тарихи, асосий истеъмолчилар.

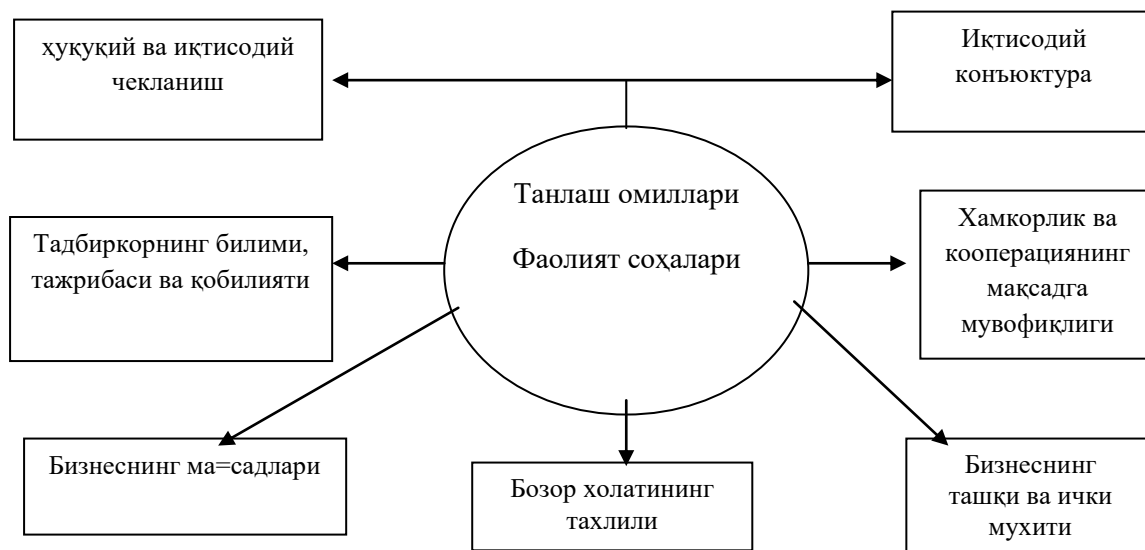
Корхона ресурслари, унинг жорий молиявий ҳолати. Тадқиқ этилаётган ишлаб чиқариш нуктаи-назаридан бозордаги ва тармоқдаги ҳолатининг баёни.

*Бошқарув ходимлари* \_\_\_\_\_

Фирма раҳбарияти, бухгалтер ва юрист, асосий менеджерлар, уларнинг малакаси, маълумоти, иш стажи ва бошқа маълумотлар.

Фирманинг ташкилий тузилмаси, ундаги асосий ташкилий-ишлаб чиқариш ва бошқарув бўлинмалари.

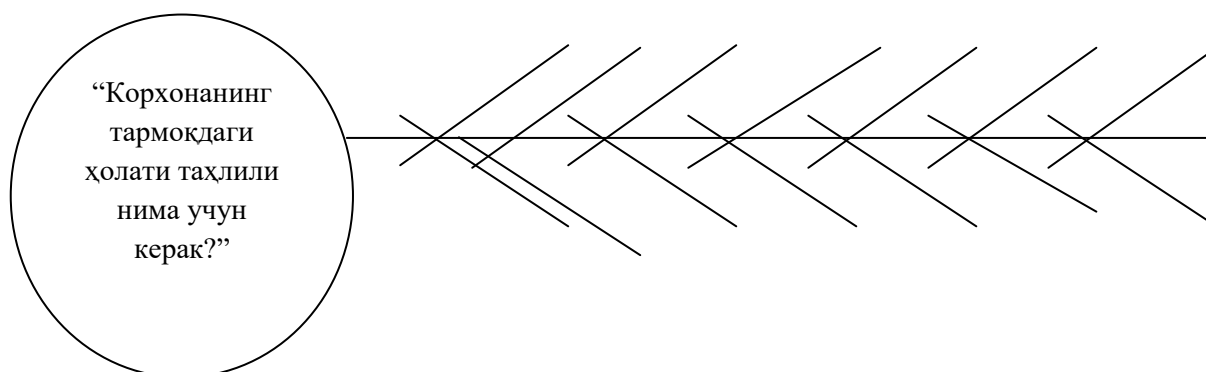
Тармоқни тавсифлаш қуйидагиларни қамраб олиши лозим:  
 тармоқнинг иқтисодий секторини аниқлаш (фан, ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва ҳоказо);  
 мавсумийлик;  
 тармоқ бозорининг географик жойлашуви (маҳаллий, минтақавий, миллий, халқаро);  
 мазкур тармоқ таклиф этувчи асосий маҳсулот ва хизмат турлари;  
 тармоқнинг ҳозирги ҳолати ва ривожланиш истиқболлари;  
 тармоқ бозорининг тузилмаси, сифими ва унинг ўзгариш тенденциялари;  
 корхона ривожланишига ижобий ёки салбий таъсир кўрсатиши мумкин бўлган омиллари (янги истеъмолчи ва рақобатчилар, қонун ва қоидаларнинг пайдо бўлиш эҳтимоли).



6.1-расм. Тадбиркорлик фаолияти соҳасини танлашнинг асосий омиллари.

### Ўқув топшириқ:

“Балиқ скелети” техникаси асосида “Қорхонанинг тармоқдаги ҳолати таҳлили нима учун керак?” саволига жавоб берилади. Ушбу технология катта муаммоларнинг ечимини топишга қаратилган. Юқори қисмида муаммолар тури ёзилса, пастки қисмида эса муаммоларни тасдиқловчи далиллар ёзилади.



**ТАЯНЧ ИБОРАЛАР**

Бизнес-режанинг резюмеси. Корхонанинг ташкилий-ҳуқуқий шакли. Корхона шу\уллаши кутилаётган бизнесни тавсифлаш. Бошқарув персоналининг малакаси. Бозордаги ва тармоқдаги вазиятни тавсифлаш. Корхона маҳсулоти (хизматлари) ва унинг рақобатчилар маҳсулотларидан фарқи. Лойиҳанинг узоқ муддатли ва қисқа муддатли мақсадлари. Кутилаётган даромад ва ишлаб чиқаришнинг ысиши. Белгиланган мақсад ва вазифаларга эришишнинг тактик режаси. Зарур инвестициялар миқдори.

5-илова

**Ўқув топширик:**

«Блиц-сўров» саволлари савол-жавоб вақтида тўлдирилади.

№	Саволлар	Жавоблар
1.	Бизнес-режа резюмеси таркиби нимадан иборат?	
2.	Тадбиркорлик фаолияти соҳасини танлашнинг асосий омиллари нималар?	
3.	Тармоқни тавсифлаш нималарни кўзда тутуди?	

6-илова

**Ўқув топширик:****Мустақил ишлаш учун назорат саволлар:**

Бизнесингиз фолият кўрсатадиган тармоқдаги вазиятни тавсифлаб беринг. Бунда нималар назарда тутилади?

Корхона имиджи нима ва у қандай баҳоланади?

Тадбиркорлик фаолияти соҳасини танлашнинг асосий омиллари.

Корхонанинг ташкилий-техник даражаси деганда нима тушунилади?

7-илова

**Баҳолаш кўрсаткичлари ва мезонлари**

Гуруҳ	Баҳо	Баҳолаш кўрсаткичлари ва мезонлари			Жами
		Маълумотнинг тўлаллиги	Гуруҳ итирокчиларининг фаоллиги	Маълумотнинг тақдим этилиши	
	Балл	0,5	0,25	0,25	1
1					
2					
3					

**Гуруҳ ишларини умумлаштирувчи баҳо**

Гуруҳ	1	2	3	Жами балл	Баҳо
1					
2					
3					

0.86 – 1 балл - «аъло», 0.71 – 0.85 балл - «яхши»

0,56 – 0,7 балл - «кониқарли», 0 - 0,55 балл - «кониқарсиз»

## Маърузанинг технологик картаси (2-машғулоти)

Иш жараёнлари вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
1 босқич. Кириш (10 дақиқа)	<p>1.1. Маърузанинг мавзусини эълон қилади, ўқув машғулоти-нинг мақсади ва натижаларини тушунтиради.</p> <p>1.2. Хар бир талабага мавзу бўйича тарқатма манба тарқатади</p> <p>1.3. Мавзу бўйича маъруза машғулотининг йўналтирувчи слайдларини намойиш этади, маъруза режасига изох беради (1-Илова).</p>	<p>Тинглайди, мавзу номини ёзиб олади</p> <p>Тарқатмадан фойдаланади</p> <p>Ёзадилар, ўз фикрларини эркин баён этадилар</p>
2 босқич. Асосий жараён (60 дақиқа)	<p>2.1. Ўқув машғулотининг учинчи саволи бўйича маъруза қилади. Маъруза бўйича «ақлий хужум» усулидан фойдаланган холда талабаларга қуйидаги саволни беради: “Бозорни ва асосий рақобатчиларни таҳлил қилиш нима учун керак?”</p> <p>Жавобларни тинглайди, тўғри-лайди, тўлдиради, хулоса қилади</p> <p><b>Савол юзасидан хулоса қилади.</b></p> <p>2.2. Мавзунинг 4 саволини кафедра профессор-ўқитувчилари томонидан тайёрланган электрон ўқув-услубий мажмуани тақдим этган холда ёритиб беради. (мультимедия намойиш этилади)</p> <p>2.3. Талабаларни эркин баҳс-мунозарага тортиш мақсадида “Балиқ скелети” техникасидан фойдаланилган холда, “Корхонани баҳолашнинг объектив зарурати нимада?” деб ёзилган А-4 қоғозларни тарқатади (3-Илова).</p> <p>Талабаларнинг фикрлари умумлаштирилади ва хулоса-ланади.</p> <p>2.5. Таянч ибораларни таҳлил қилади (4-Илова).</p> <p>Мавзу бўйича талабаларнинг билимларини мустахкамлаш мақсадида Блиц-сўров ўтказади. (5-Илова).</p>	<p>Ёзади, саволга жавоб беради.</p> <p>Ёзади, тинглайди</p> <p>Ёзади, тинглайди.</p> <p>Жуфт-жуфт бўлиб ишлайди. Эркин фикрини баён этади.</p> <p>Хар бир таянч тушунча ва ибораларни муҳокама қиладилар.</p> <p>Саволларга жавоб беради.</p>
3 босқич. Яқуний босқич (10 дақиқа)	<p>3.1 Мавзу бўйича умумий хулоса қилинади.</p> <p>3.2. Талабаларнинг фаоллиги рағбатлантирилади.</p> <p>3.3. Ўз-ўзини назорат қилиш учун саволлар беради (6-Илова).</p> <p>3.5. Адабиётларни ўрганишни тавсия қилади.</p>	<p>Тинглайди</p> <p>Ўзини қизиқтирган саволлар беради</p> <p>Топширикни ёзади</p> <p>ЎУМга қаранг</p>

1-илова

Маърузанинг мазмуни бўйича кўргазмалли слайдлари

**4-мавзу КОРХОНА ТАВСИФИ ВА УНИ БАҲОЛАШ..**

Режа:

4.1. Бозорни ва асосий рақобатчиларни таҳлил қилиш

4.2. Корхонани баҳолаш

**Сотув бозорларини баҳолаш**

№	Кўрсаткичлар	Корхонага энг яқин шаҳар ёки аҳоли пункти	100 км масофадаги аҳоли пунктлари	100 кмдан узоқдаги бозорлар
1	Талаб даражаси			
2	Талабни қониқтириш даражаси			
3	Рақобат даражаси			
4	Маҳсулотни харид қилишга тайёр истеъмолчилар салмоғи			

**Рақобатчиларни баҳолаш ва таҳлил қилиш**

№	Рақобатчилар тавсифномаси	Асосий рақобатчилар	
		Биринчи	Иккинчи
1	Сотув ҳажми, натурал кўрсаткичлар		
2	Бозорда эгаллаган улуши, %		
3	Нарх даражаси		
4	Молиявий ҳолат (рентабеллик)		
5	Технологиялар даражаси		
6	Маҳсулот сифати		
7	Реклама харажатлари		
8	Ташқи кўринишнинг жозибadorлиги		
9	Корхона фаолият кўрсатаётган вақт, йил		

**SWOT-таҳлили мазмуни.**

<p><b>S - strength. Кучли томонлар</b> Сизда ҳамма нарсадан ҳам яхши кўрсаткичга эга бўлган барча томонларни ўз ичига олади. Масалан: сизнинг маҳсулотингиз рақобатчиларникидан яхши ва дўконингиз кулай жойда жойлашган. Айни вақтда сизнинг ишчи ва хизматчиларингизнинг малакаси юқоридир.</p>	<p><b>W - Weakness. Заиф томонлар.</b> Сизнинг бизнесингизнинг заиф томонларини акс эттиради. Масалан: сизнинг маҳсулотларингиз рақобатчиларникига нисбатан қимматроқ, маҳсулотингизни реклама қилиш учун етарли маблағингиз йўқ ёки рақобатчиларингиз кўрсатаётган хизматлардек хизмат кўрсатиш имкониятига эга эмассиз</p>
<p><b>Opportunities. Имкониятлар.</b> Сизнинг худудингизда жойлашган ва бизнесингизга хизмат қилиши мумкин бўлган барча омиллар имкониятларни ташкил этади. Масалан: Сизни дўконингизга ўхшаган дўкон туманингизда бошқа бўлмаганлиги сабабли сизнинг маҳсулотингиз тобора оммалашиб бормоқда ёки янги фирмалар кўплаб очилганлиги учун мижозларингиз сони ортиши мумкин.</p>	<p><b>T - Thereats. Хавфлар</b> Сизнинг атрофингизда жойлашиб, сизни бизнесингиз ривожига салбий таъсир ўтказётган барча омил ва воситалар-хавфлардир. Масалан: худди шундай маҳсулот чиқараётган фирмалар мавжудлиги ёки савдо бўйича солиқлар оширилиши мумкин, унда маҳсулотингиз нархи кўтарилади, сиз эса маҳсулотингиз қачонгача оммабop бўлиб туришини биласиз.</p>

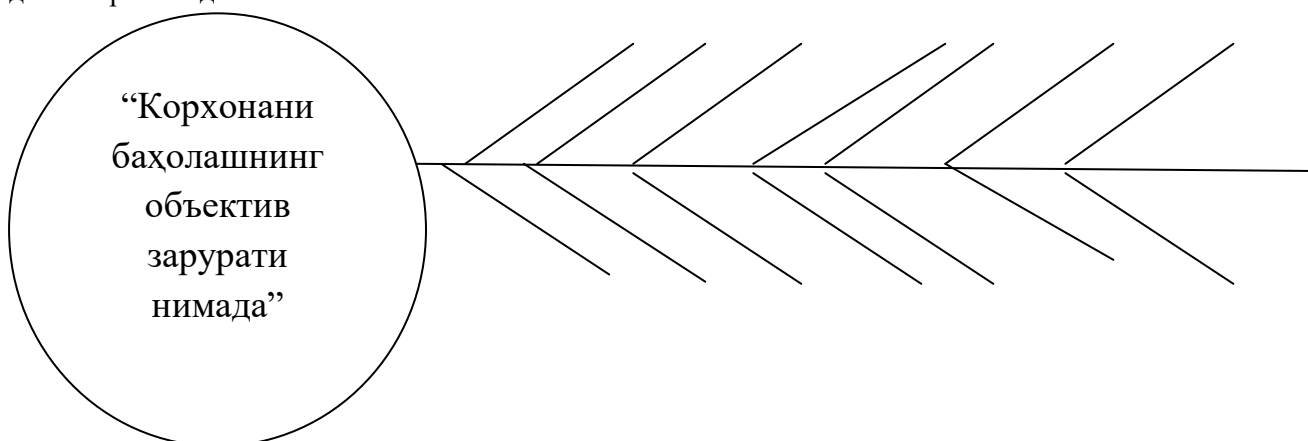
### Корхона ва унинг рақобатчиларининг кучли ва заиф томонлари таҳлили

Корхонани тавсифловчи омиллар	Устунлик	Камчилик	Баҳо
<i>Корхона менежменти</i> тадбиркорлик маданияти ва фалсафаси мақсадлар ва стратегиялар ходимларни рағбатлантирши тизими			
<i>Ишлаб чиқариш</i> асбоб-ускуналар ишлаб чиқариш линияларининг мослашувчанлиги ишлаб чиқаришни ривожланиш ва бошқариш сифати			
<i>Илмий тадқиқотва лойиҳалар</i> интенсивлик ва натижалар ноу-хау янги ахборот технологияларидан фойдаланиш			
<i>Маркетинг</i> сотувни ташкил қилиш сотув филиалларини жойлаштириш ЭНГ муҳим маҳсулот турларининг «ҳаётийлик даври» босқичи			
<i>Кадрлар</i> ёш таркиби маълумот даражаси ходимлар малкаси ва уларнинг меҳнатини рағбатлантириш			
<i>Молия</i> ўз капитали салмоғи (капитал ва захиралар) молиявий ҳолат даражаси кредит олиш имкониятлари			

## 2-илова

Ўқув топшириқ:

“Балиқ скелети” техникаси асоида “Корхонани баҳолашнинг объектив зарурати нимада?” саволига жавоб берилади. Ушбу технология катта муаммоларнинг ечимини топишга қаратилган. Юқори қисмида муаммолар тури ёзилса, пастки қисмида эса муаммоларни тасдиқловчи далиллар ёзилади.



## Ўқув топшириқ:

**Таянч иборалар**

Тармоқни тавсифлаш. Бозорни ва асосий рақобатчиларни таҳлил қилиш. Корхонани баҳолаш. Корхона тавсифномаси. Корхона ва унинг рақобатчиларининг кучли ва заиф томонларини баҳолаш ва таҳлил қилиш. Таъсисчилар таркиби. Давлат рўйхатидан ўтказиш.

5-илова

**«Блиц-сўров» саволлари савол-жавоб вақтида тўлдирилади.**

№	Саволлар	Жавоблар
1.	Корхона тавсифномаси қандай саволларга тўлиқ жавоб бериши зарур?	
2.	Бозорни ва асосий рақобатчиларни таҳлил қилишда қандай масалаларга асосий эътиборни қаратиш лозим?	
3.	Ташқи муҳитга муносабати нуқтаи назаридан корхона таҳлилининг амалга ошириш нимани кўзда тутди?	

6-Илова

## Ўқув топшириқ:

Мустақил ишлаш учун назорат саволлар:

1. Корхонанинг кучли ва заиф томонлари қандай баҳоланади?
2. SWOT- таҳлилининг қандай амалга оширилади?
3. Имкониятлар ва хавфларни баҳолаш қандай амалга оширилади?

#### 4.2. Семинарда таълим технологияси

Ўқув соати: 4 соат	<i>Талабалар сони:</i>
Ўқув машғулотининг шакли	Билимларни мустаҳкамлаш ва чуқурлаштириш (1-машғулот) Билимларни мустаҳкамлаш ва чуқурлаштириш (2-машғулот)
<i>Мавзу режаси</i>	1. Бизнес-режанинг титул варағи, аннотацияси, мундарижаси ва кириш қисми. 2. Бизнес-режанинг резюмеси (қисқача мазмуни) 3. Корхонанинг тармоқдаги ҳолати таҳлили 4. Бозорни ва асосий рақобатчиларни таҳлил қилиш 5. Корхонани баҳолаш
Корхона тавсифи ва уни баҳолаш тўғрисида тўлиқ тушунчаларни мустаҳкамлаш.	
<b><i>Педагогик вазифалар:</i></b>	<b><i>Ўқув фаолияти натижалари:</i></b>
Бизнес-режанинг резюмеси (қисқача мазмуни) ни ташкил этувчи элементларини тушунтиради; Корхонанинг тармоқдаги ҳолатини таҳлил қилишдаги асосий кўрсаткичларни тушунтиради; Бозорни ва асосий рақобатчиларни таҳлил қилишнинг асосларини тушунтиради; Корхонани баҳолаш жиҳатларини тушунтиради;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Бизнес-режанинг резюмеси (қисқача мазмуни)ни туза оладилар;</li> <li>• Корхонанинг тармоқдаги ҳолатини белгиловчи кўрсаткичларни аниқлай оладилар;</li> <li>• Бозорни ва асосий рақобатчиларни таҳлил қила олади;</li> <li>• Корхонани тавсифлаш, кучли ва заиф томонларини, имкониятлар ва хавфларни баҳолай оладилар;</li> </ul>
<i>Таълим методлари</i>	Ақлий ҳужум, суҳбат, балиқ скелети техникаси, савол-жавоб, конверт техникаси.
<i>Таълим воситалари</i>	Маъруза матни, формат қоғозлари, маркерлар, скотч, ўқув материаллари, таркатма материаллар
<i>Таълим шакллари</i>	Жамоавий, жуфтликларда ва гуруҳларда ишлаш.
<i>Ўқитиш шарт-шароити</i>	Техник воситалардан фойдаланиш ва гуруҳларда ишлашга мўлжалланган аудитория
<i>Мониторинг ва баҳолаш</i>	Назорат саволлари, савол-жавоб, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

**«Корхона тавсифи ва уни баҳолаш» мавзуси бўйича семинар машғулотининг технологик харитаси (1-машғулот)**

Фаолият босқичлари	Фаолиятнинг мазмуни	
	Ўқитувчининг	Талабанинг
I. Кириш босқичи (5дақиқа)	<p>1.1.Мавзунинг номи, мақсади, кутилажак натижаларини эслатади, уларнинг аҳамиятлилиги ва долзарблигини асослайди.</p> <p>1.2. Машғулотнинг ўтказилиш шаклини тушунтиради.</p> <p>1.3. Гуруҳ ишларини баҳолаш мезонларини эълон қилади (1-илова).</p>	Тинглайдилар.
II. Асосий босқич (65 дақиқа)	<p>2.1.Ақлий ҳужум методидан фойдаланиб, талабаларни фаоллаштиради ва билимларни эгаллаганлик даражасини аниқлайди: - Бизнес-режанинг резюмеси деганда нимани тушунасиз? Жавоблар 2-3 сўздан иборат бўлиши кераклигини эслатади. Жавобларни талабалардан бирига доскага ёзиб боришни таклиф қилади.</p> <p>2.2. Талабалар билан биргаликда жавобларни таҳлил қилади.</p> <p>2.3. Талабаларни учта кичик гуруҳга бўлади ва ҳамкорликда топшириқ бажаришларини айтади. Гуруҳларга тарқатма материалларни тарқатади. Берилган топшириқни аввал жуфтликларда, сўнгра гуруҳларда бажаришларини тушунтиради. Балик скелети техникасини асосида ишлашларини айтиб, ўтказилиш қоидасини тушунтиради (2-илова). Гуруҳларда фаолиятни ташкил қилади, кузатади, йўналтиради, маслаҳатлар беради.</p> <p>2.4. Тақдимот бошланишини эълон қилади. Йўналтирувчи, маслаҳатчи сифатида иштирок этади.Жавобларни аниқлаштиради, тўлдиради, изоҳ беради ва тузатишлар киритади.</p>	<p>Ўз фикрларини билдирадилар, саволларга жавоб берадилар.</p> <p>Учта гуруҳга бўлинадилар. Берилган топшириқни аввал жуфтликларда муҳокама қилиб, балик скелетини тўлдирадилар. Сўнгра бажарган ишларини гуруҳ ичида муҳокама қилиб, аниқ , оптимал вариантини танлаб, умумий битта «Балик скелети»ни тўлдирадилар. Гуруҳдан ўқитувчи танлаган талаба чиқиб, гуруҳ ишини тақдим қилади, фикрларини изоҳлайди. Бошқа гуруҳ иштирокчилари томондан берилган саволларга жавоб беришади.</p>
III. Яқуний босқич (10 минут)	<p>3.1. Мавзунининг режадаги биринчи учта саволини умумлаштиради, хулосалар қилади, яқун ясайди. Талабалар диққатини мавзунинг асосий томонларига қаратади.</p> <p>3.2.Гуруҳлар ишини баҳолайди. Гуруҳ фаолиятида фаол катнашга талабаларни алоҳида қайд қилади ва қолган талабалар ҳам кейинги машғулотда фаол иштирок этишларини айтиб, умумий баҳоларни эълон қилади.</p> <p>3.3. Мустақил ишлашлари учун вазифа беради: (1) назорат саволларига оғзаки жавоб бериш (3-илова); (2) қўшимча адабиётлардан мавзуга тегишли бўлган янги маълумотларни тўплаш.</p>	<p>Эшитадилар.</p> <p>Вазифани ёзиб оладилар.</p>

**«Корхона тавсифи ва уни баҳолаш» мавзуси бўйича семинар машғулотининг технологик харитаси (2-машғулот)**

Фаолият босқичлари	Фаолиятнинг мазмуни	
	Ўқитувчининг	талабанинг
I. Кириш босқичи (15 дақиқа)	1.1.Мавзунинг номи, мақсади, кутилажак натижаларини эслатади. 1.2.Машғулотнинг ўтказилиш шакли билан таништиради. 1.3.Гуруҳлар фаолиятини баҳолаш мезонлари билан таништиради. Гуруҳ олган баҳони, шу гуруҳ иштирокчиларига ҳам қўйилишини айтади.	Тинглайдилар.
II. Асосий босқич (55 дақиқа)	2.1.Талабалар билимларини фаоллаштириш мақсадида савол-жавоб техникасини қўллаб, қуйидаги саволларни беради: Бизнес-режа резюмеси таркиби нимадан иборат? Бизнесингиз фойлият кўрсатадиган тармокдаги вазиятни тавсифлаб беринг. Бунда нималар назарда тутилади? Корхона имиджи нима ва у қандай баҳоланади? Корхона тавсифномаси қандай саволларга тўлиқ жавоб бериши зарур? Тадбиркорлик фаолияти соҳасини танлашнинг асосий омиллари. Корхонанинг ташкилий-техник даражаси деганда нима тушунилади? Корхонанинг кучли ва заиф томонлари қандай баҳоланади? SWOT- таҳлилини қандай амалга оширилади? Бозорни ва асосий рақобатчиларни таҳлил қилишда қандай масалаларга асосий эътиборни қаратиш лозим? Имкониятлар ва хавфларни баҳолаш қандай амалга оширилади? Берилган жавобларни тўлдирди, хатосини тўғрилайди, қисқа хулоса қилади. 2.2. Талабаларни урта кичик гуруҳга бўлади ва аввал индивидуал, сўнгра гуруҳ ичида топшириқ бажаришларини айтади. амалий жараённинг боришини тушунтиради. 2.3. Конверт техникасини қўллаб, топшириқлар тарқатади (4-илова). Аввал индивидуал фаолиятини, сўнгра гуруҳ ичидаги фаолиятни ташкил қилади. Тайёр ишларни формат қоғозига схемалар ва жадваллар тарзида тушириш кераклигини уқтиради. Гуруҳлар ишини кузатади, йўналтиради, маслаҳатлар беради. 2.4. Тақдимот бошланишини эълон қилади. Йўналтирувчи, маслаҳатчи сифатида иштирок этади.Жавобларни аниқлаштиради, тўлдирди, изоҳ беради ва тузатишлар киритади.	Саволларга жавоб берадилар.  Урта гуруҳга бўлина-дилар. Берилган топшириқни аввал индивидуал ўрганиб чиқадилар, жавоб топадилар. Сўнгра гуруҳларда муҳокама қилиб, тайёр маълумотни формат қоғозига схема ва жадваллар тарзида туширадилар. Гуруҳдан биттадан иштирокчи чиқиб, тайёр ишларини тақдим қилади. Бошқа гуруҳ иштирокчилари томонидан берилган саволларга жавоб беради.
III. Яқуний босқич (15 минут)	3.1. Мавзунини умумлаштиради, умумий хулосалар қилади, яқун ясайди. Талабалар диққатини мавзунинг асосий томонларига қаратади. 3.2. Гуруҳлар фаолиятини баҳолайди ва амалий жараёнда фаол катнашганликлари учун талабаларни рағбатлантиради. 3.3. Мустақил ишлашлари учун вазифа беради: (1) назорат учун топшириқ: савол бўйича Т-схемани тўлдириш (5-илова); кейинги мавзуга тайёрланиб келиш.	Эшитадилар.  Вазифани ёзиб оладилар.

## Баҳолаш кўрсаткичлари ва мезонлари

Гуруҳ	Баҳо	Баҳолаш кўрсаткичлари ва мезонлари			Жами
		Маълумотнинг тўлаллиги	Гуруҳ итирокчиларининг фаоллиги	Маълумотнинг тақдим этилиши	
	Балл	0,5	0,25	0,25	1
1					
2					
3					

## Гуруҳ ишларини умумлаштирувчи баҳо

Гуруҳ	1	2	3	Жами балл	Баҳо
1					
2					
3					

0.86 – 1 балл - «аъло», 0.71 – 0.85 балл - «яхши»  
0,56 – 0,7 балл - «қониқарли», 0 - 0,55 балл - «қониқарсиз»

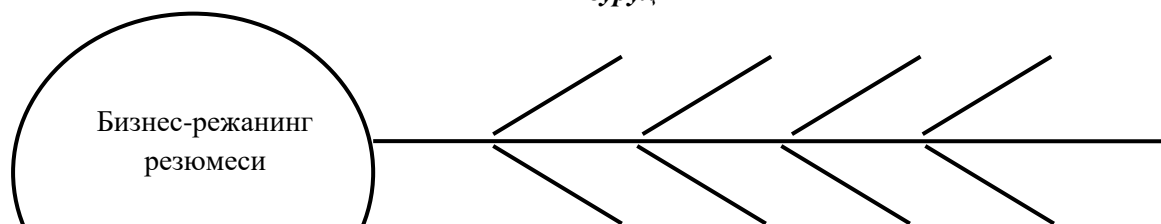
## 2-илова (6.2)

## «Балиқ скелети» техникаси

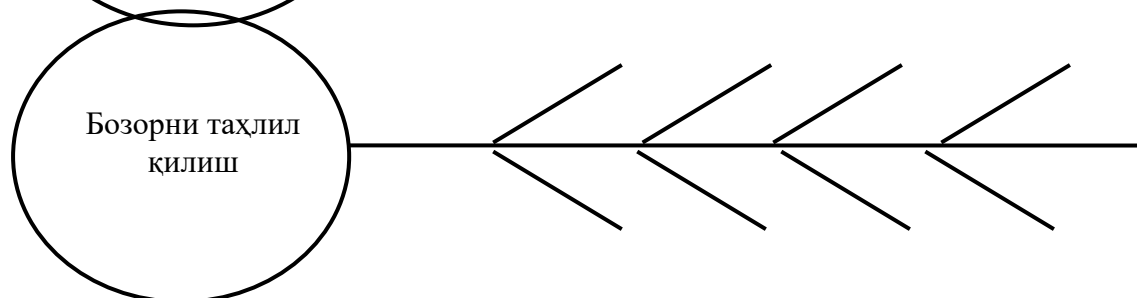
Ушбу технология катта муаммоларнинг ечимини топишга қаратилган. Юқори қисмида муаммолар тури ёзилса, пастки қисмида эса мисоллар билан изоҳланади.

## Ўқув топшириқлари

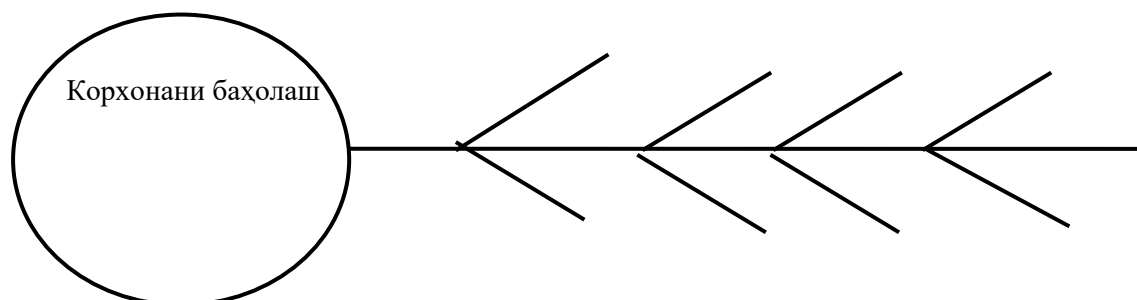
## 1-гуруҳ



## 2-гуруҳ



## 3-гуруҳ



*Назорат учун саволлар ва топшириқлар*

1. Бизнес-режа резюмеси таркиби нимадан иборат?
2. Бизнесингиз фолият кўрсатадиган тармоқдаги вазиятни тавсифлаб беринг. Бунда нималар назарда тутилади?
3. Корхона имиджи нима ва у қандай баҳоланади?
4. Корхона тавсифномаси қандай саволларга тўлиқ жавоб бериши зарур?
5. Тадбиркорлик фаолияти соҳасини танлашнинг асосий омиллари.
6. Корхонанинг ташкилий-техник даражаси деганда нима тушунилади?
7. Корхонанинг кучли ва заиф томонлари қандай баҳоланади?
8. SWOT- таҳлилини қандай амалга оширилади?
9. Бозорни ва асосий рақобатчиларни таҳлил қилишда қандай масалаларга асосий эътиборни қаратиш лозим?
10. Имкониятлар ва хавфларни баҳолаш қандай амалга оширилади?

<b>4.2-Мавзу</b>	<b>Корхона маҳсулотини тавсифлаш</b>
<b>(Маъруза – 4 соат, амалий машғулот - 4 )</b>	
<b>4.1. Маърузани олиб бориш технологияси</b>	
<b>Талабалар сони: 20-50</b>	<b>Вақти: 4 соат</b>
<b>Машғулот шакли</b>	Информацион - тематик маъруза.
<b>Маъруза режаси</b>	Корхона маҳсулотининг комплекс тавсифномаси ва баҳоланиши. Маҳсулотнинг иқтисодий кўрсаткичлари. Маҳсулотни баҳолаш усуллари. Товарнинг кучли ва заиф томонлари. Товарнинг ҳаётийлик даври
<b>Машғулотнинг мақсади:</b> Корхона маҳсулотини тавсифлаш бўлимини ишлаб чиқиш ва унда ёритилиши лозим бўлган маълумотлар ҳақида тушунча ҳосил қилиш.	
<b>Педагогик вазифалар:</b> - Корхона маҳсулотининг комплекс тавсифномаси ва баҳоланиши билан таништириш. - Маҳсулотнинг иқтисодий кўрсаткичлари таҳлилини беради; - Маҳсулотни баҳолаш усуллари тушунтиради - Товарнинг кучли ва заиф томонлари ҳақида тушунча беради - Товарнинг ҳаётийлик даври босқичларини тушунтириб беради.	<b>Ўқув фаолияти натижалари:</b> - Корхона маҳсулотининг комплекс тавсифномаси ва баҳоланиши ҳақида тушунча бера оладилар - Маҳсулотнинг иқтисодий кўрсаткичларини таҳлил қилиб берадилар - Маҳсулотни баҳолаш усуллари тушунтириб бера оладилар - Товарнинг кучли ва заиф томонларини айтиб бера оладилар - Товарнинг ҳаётийлик даври босқичларини тушунтириб бера оладилар.
<b>Ўқитиш усуллари ва техника</b>	Маъруза, ҳамкорликда ўқиш, Б.Б.Б. техникаси.
<b>Ўқитиш воситалари</b>	Маъруза матни, тарқатма материаллар, слайдлар, проектор.
<b>Ўқитиш шакллари</b>	Жамоа, тўғридан-тўғри ва жуфт-жуфт бўлиб ишлаш.
<b>Ўқитиш шарт-шароити</b>	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
<b>Мониторинг ва баҳолаш</b>	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

**Маърузанинг технологик картаси (1-машғулот)**

<i>Иш жараёнлари вақти</i>	<i>Фаолиятнинг мазмуни</i>	
	<i>Ўқитувчи</i>	<i>Талаба</i>
I-босқич. Курсга ва мавзуга кириш (10 минут)	1.1. Машғулотнинг мавзусини эълон қилади, ўқув машғулотининг мақсад ва вазифаларини тушунтиради.	ЎУМ га Қарайдилар
	1.2. Ҳар бир талабага мавзу бўйича тарқатма материалларни тарқатади.	Тарқатмаларни кўриб чиқади.
II-босқич. Асосий (60 минут)	2.1. Экранга БББ жадвали ва у билан ишлаш қоидалари чиқарилади. БББ жадвалини ишчи дафтарларга кўчириб олишни талаб қилади. Маъруза режасига асосланган ҳолда иккинчи устунни тўлдиришни вазифа қилиб беради (1-илова).	БББ жадвалини чизиб олади. Маъруза режасига асосан иккинчи устунни тўлдиради.
	2.2. “Инсерт” техникасидан фойда-ланилган ҳолда, маърузада белги-ланган белгилар асосида талабаларга қуйидаги саволларга жавоб беришни таклиф қилади: 1) Нимани улар билишади? (яъни мустақил гапириб бера олишади) 2) Нима тушунарсиз бўлиб қолди ва ўзлаштирилмади? 3) Қандай қўшимча маълумот талаб қилинади? Юқоридагилардан келиб чиқиб, учинчи ва тўртинчи устунни тўлдириш таклиф этилади, таянч сўзларнинг тартиб рақамлари қўйиб чиқилади (2-илова)	Учинчи ва тўртинчи устун тўлдирилади.
	2.3. Блиц-сўров орқали бир неча жавоблар тингланади ва жуфт-жуфт бўлиб ишлашни таклиф қилади.	Натижаларни ўқийди.
	2.4. Талабаларнинг жавобларини умум-лаштириб, жуфт-жуфт бўлиб ишлаш учун топшириқлар беради: 1) БББ жадвалининг тўртта усту-нидаги жавобларни таҳлил қилинг; 2) ўзлаштирилмаган саволларни умумлаштинг; 3) биргаликда манбалардан жавоб-лар излаб топинг; 4) жавоб беришга тайёргарлик кў-ринг;	Топшириқни бажаради. Жавоб беради.
	2.5. Жавоблар тинглаб бўлингач, слайдлар ёрдамида ўқув машғулоти-нинг ёритилмаган қисмлари тушун-тирилади (3-илова).	Тинглайдилар. ЎУМ га Қарайдилар
	2.6. Таянч ибораларга қайтилади, тала-балар иштирокида улар яна бир бор такрорланади. БББ жадвалининг, бешинчи устунни тўлдиришни айтиб ўтади.	Ҳар бир таянч ту-шунча ва иборалар-ни муҳокама қилади. Жадвал тўлдирилади.
	2.7. “Маҳсулотнинг иқтисодий кўрсаткичлари” бўйича кластер тузадилар (4-илова).	Тушунтириб берадилар
III-босқич. Яқунловчи. (10 мин.)	3.1. Маърузанинг ҳар бир саволига умумий якуний хулоса беради.	Эшитади.
	3.2. Талабаларнинг фаоллиги баҳолаш мезонлари орқали баҳоланади.	Ўзини қизиқтирган саволлар беради.
	3.3. Уйга вазифа беради: “Нима учун харидорлар менинг маҳсулотимни олишлари керак” мавзусида эссе ёзиб келинг.	Ёзиб оладилар

**“Инсерт” техникасининг қондаси:**

1. Матнни ўқиб чиқинг.
2. Олинган маълумотларни диққат билан ўрганиб, соҳаларга ажратинг. Қалам билан ҳар бир қаторга қуйидаги белгиларни қўйиб чиқинг:

- V – биламан;
- Қ – янги маълумот;
- – билганларимга зид;
- ? – мени ўйлантирмоқда.

**БББ техникасининг қондаси.**

1. “Инсерт” техникасидан фойдаланилган ҳолда матнни ўқиб чиқинг.
2. Олинган маълумотларни индивидуал соҳаларга ажратинг. Қалам билан қўйилган белгилар асосида БББ жадвалини тўлдириг.

**1-ўқув топшириқ**  
**БББ жадвали**

<i>№</i>	<i>Мавзу саволлари</i>	<i>Биламан</i>	<i>Билишни истайман</i>	<i>Билиб олдим</i>
1	2	3	4	5
1.	Корхона маҳсулотининг комплекс тавсифномаси ва баҳоланиши.			
2.	Маҳсулотнинг иқтисодий кўрсаткичлари.			
3.	Маҳсулотни баҳолаш усуллари.			

**Иборалар асосида визуал материаллар****7-мавзу Корхона маҳсулотини тавсифлаш.**

Режа:

Корхона маҳсулотининг комплекс тавсифномаси ва баҳоланиши.  
Маҳсулотнинг иқтисодий кўрсаткичлари.  
Маҳсулотни баҳолаш усуллари.



4- илова

#### Товарнинг жозибadorлигини белгиловчи омиллар.

Кластер тузиш коидаси :

Ақлингизга келган барчани ёзинг. Ғоя сифатини муҳокама қилинг. Уларни оддий ҳолда ёзинг.

Орфография ва бошқа омилларга эътибор берманг.

Ажратилган вақт тугагунча ёзувни тўхтатманг. Агарда ақлингизда ғоялар келиши бирдан тўхтаса, у ҳолда қоғозга расм чизинг, қачонки янги ғоялар пайдо бўлмагунча.

Кўпроқ алоқа бўлишлигига ҳаракат қилинг. Ғоялар сони улар оқими ва улар ўртасидаги ўзаро алоқадорликка чегараланманг.



**Маърузанинг технологик картаси (2-машғулот)**

<i>Иш жараёнлари вақти</i>	<i>Фаолиятнинг мазмуни</i>	
	<i>Ўқитувчи</i>	<i>Талаба</i>
I-босқич. Курсга ва мавзуга кириш (10 минут)	1.1. Mashғулотнинг мавзусини эълон қилади, ўқув машғулотининг мақсад ва вазифаларини тушунтиради.	ЎУМ га Қарайдилар
	1.2. Ҳар бир талабага мавзу бўйича тарқатма материалларни тарқатади.	Тарқатмаларни кўриб чиқади.
II-босқич. Асосий (60 минут)	2.1. Экранга БББ жадвали ва у билан ишлаш қоидалари чиқарилади. БББ жадвалини ишчи дафтарларга кўчириб олишни талаб қилади. Маъруза режасига асосланган ҳолда иккинчи устунни тўлдиришни вазифа қилиб беради (1-илова).	БББ жадвалини чизиб олади. Маъруза режасига асосан иккинчи устунни тўлдиради.
	2.2. “Инсерт” техникасидан фойда-ланилган ҳолда, маърузада белги-ланган белгилар асосида талабаларга куйидаги саволларга жавоб беришни таклиф қилади: 1) Нимани улар билишади? (яъни мустақил гапириб бера олишади) 2) Нима тушунарсиз бўлиб қолди ва ўзлаштирилмади? 3) Қандай қўшимча маълумот талаб қилинади? Юқоридагилардан келиб чиқиб, учинчи ва тўртинчи устунни тўлдириш таклиф этилади, таянч сўзларнинг тартиб рақамлари қўйиб чиқилади (2-илова)	Учинчи ва тўртинчи устун тўлдирилади.
	2.3. Блиц-сўров орқали бир неча жавоблар тингланади ва жуфт-жуфт бўлиб ишлашни таклиф қилади.	Натижаларни ўқийди.
	2.4. Талабаларнинг жавобларини умум-лаштириб, жуфт-жуфт бўлиб ишлаш учун топшириқлар беради: 1) БББ жадвалининг тўртта усту-нидаги жавобларни таҳлил қилинг; 2) ўзлаштирилмаган саволларни умумлаштиринг; 3) биргаликда манбалардан жавоб-лар излаб топинг; 4) жавоб беришга тайёргарлик кў-ринг;	Топшириқни бажаради. Жавоб беради.
	2.5. Жавоблар тинглаб бўлингач, слайдлар ёрдамида ўқув машғулоти-нинг ёритилмаган қисмлари тушун-тирилади (3-илова).	Тинглайдилар. ЎУМ га Қарайдилар
	2.6. Таянч ибораларга қайтилади, тала-балар иштирокида улар яна бир бор такрорланади. БББ жадвалининг, бешинчи устунни тўлдиришни айтиб ўтади.	Ҳар бир таянч ту-шунча ва иборалар-ни муҳокама қилади. Жадвал тўлдирилади.
	III-босқич. Яқунловчи. (10 мин.)	3.1. Маърузанинг ҳар бир саволига умумий якуний хулоса беради.
3.2. Талабаларнинг фаоллиги баҳолаш мезонлари орқали баҳоланади.		Ўзини қизиқтирган саволлар беради.
3.3. Уйга вазифа беради: “Товарнинг ҳаётийлик даври” мавзусида эссе ёзиб келинг.		Ёзиб оладилар

**“Инсерт” техникасининг қондаси:**

1. Матнни ўқиб чиқинг.
2. Олинган маълумотларни диққат билан ўрганиб, соҳаларга ажратинг. Қалам билан ҳар бир қаторга қуйидаги белгиларни қўйиб чиқинг:
  - V – биламан;
  - Қ – янги маълумот;
  - билганларимга зид;
  - ? – мени ўйлантирмоқда.

**БББ техникасининг қондаси.**

1. “Инсерт” техникасидан фойдаланилган ҳолда матнни ўқиб чиқинг.
2. Олинган маълумотларни индивидуал соҳаларга ажратинг. Қалам билан қўйилган белгилар асосида БББ жадвалини тўлдиринг.

**1-ўқув топширик**  
**БББ жадвали**

<i>№</i>	<i>Мавзу саволлари</i>	<i>Биламан</i>	<i>Билишни истайман</i>	<i>Билиб олдим</i>
1	2	3	4	5
1.	Товарнинг кучли ва заиф томонларига таъриф беринг. Жавобни батафсил тушунтириб беринг.			
2.	Товарнинг ҳаётгийлик даври нима ва унга таъсир қилувчи омиллар қандай?			

## 2-илова

4.2-мавзу: Корхона маҳсулотини тавсифлаш.

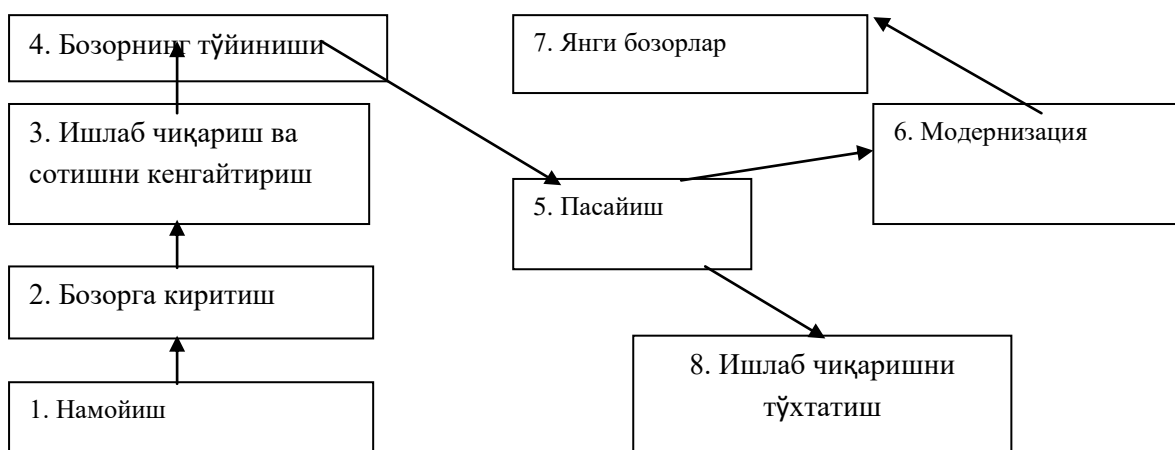
Режа:

Товарнинг кучли ва заиф томонлари.

Товарнинг ҳаётгийлик даври

## Товарнинг кучли ва заиф томонлари

№	Товарнинг кучли ва заиф томонларини ўрганишда саволнинг қўйилиши	Кучли томон	Заиф томон
1	Сизнинг маҳсулотингиз йўналтирилган бозор сегментини аниқлай оласизми?		
2	Мижозлар сўровларини ўрганиб чиққанмисиз?		
3	Сизнинг маҳсулотингиз (хизмат) мижозлар учун қандай афзалликлар ҳада эта олади?		
4	Маҳсулотингизни мўлжалланган истеъмолчилар томон самарали етказиб бера оласизми?		
5	Сизнинг маҳсулотингиз (хизмат) бошқа ишлаб чиқарувчилар маҳсулоти (хизмати) билан қуйидагилар бўйича рақобатлаша оладими: сифати, ишончилиги, эксплуатация ва бошқа товар тавсифномалари бўйича; нархи; тўловни рағбатлантириш; тарқатиш (сотиш) жойлари;		
6	Сизнинг маҳсулотингиз (хизмат) ҳаётийлик дарининг қайси босқичида эканлигини биласизми?		
7	Янги маҳсулот турларига доир ғояларингиз борми?		
8	Турли-туманлик ва маънавий эскириш даражаси нуқтаи назаридан мувофиқлаштирилган маҳсулот (хизмат) ассортиментига эгамисиз?		
9	Мижозлар сўровларига асосан маҳсулот модификациясини мунтазам амалга оширасизми?		
10	Янги маҳсулот яратиш сиёсатини қўллаб турсизми?		
11	Сизнинг маҳсулотингиздан (хизмат) рақобатчилар томонидан нусха кўчириб олиниши мумкинми?		
12	Ишлаб чиқариш ғояларингиз мос келувчи савдо ва фабрика маркалари, патенларга эгами?		
13	Харидорларнинг эътироз ва шикоятларини кузатиб борасизми?		
14	Харидорлар томонидан эътироз ва шикоятлар сони камайяптими?		



Товар ва хизматларнинг ҳаёт даври босқичлари.

**Товар ҳаётийлик даврининг асосий босқичлари ва корxonанинг анъанавий маркетинг ҳаракатлари.**

	<b>Товарнинг ҳаётийлик даври босқичлари</b>				
	<b>Яратилиш, ишланмалар олиб бориш</b>	<b>Бозорга киритиш</b>	<b>Ўсиш, экспансия</b>	<b>Балоғат, бозорининг тўйиниши</b>	<b>Пасайиши</b>
<b>Тавсифлар</b>					
Сотиш	Мавжуд эмас, синов сотувлари	Кучсиз	Тез ўсувчи	Секин ўсувчи	Пасаювчи, янги бозорни кидириш
Фойда	Йўқ	Минимал ёки фойда йўқ, зарар	Энг юқори	Барқарорлашув ва камайишни бошланиши	Паст ёки йўқ
Истеъмолчилар	Йўқ	Янгиликни ёқтирувчилар	Кенгаювчи оммавий бозор	Оммавий бозор	Консерватив
Рақобатчилар	Йўқ ёки маълум бир яширин	Кўп эмас	Ўсиб борувчи	Кўп	Жуда кўп
Ишлаб чиқариш	Тайёргарлик	Ўзлаштириш	Йирик сериялаб ишлаб чиқариш	Максимал, энг юқори	Қисқарувчи
<b>Корxonанинг маркетинг ҳаракатлари</b>					
Асосий стратегик ҳаракатлар	Бозорда ўз ўрнини кидириш	Бозорни кенгайтириш	Бозордаги ҳолатни мустаҳкамлаш	Фойдадаги ўз улушини ҳимоя қилиш	Фойдани ушлаб туриш, ҳаражатларни қисқартириш
Маркетингга қилинадиган ҳаражатлар	Ўсиб боручи	Юқори	Юқори, лекин камайиб бераётган	Қисқараётган	Паст
Илмий-тадқиқот тажриба-конструкторлик ишлари	Тадқиқотлар ва лойиҳалаштириш	Маҳсулотни мукамаллаштириш	Модернизация, такомиллаштириш	Модернизация	Ўринбосарни кидириш
Товарни тақсимланиши (сотилиши)	Йўқ	Нотекис	Интенсив	Интенсив	Селектив
Баҳо белгилаш	Синов баҳоси	Юқори	Ўртача	Паст	Жуда паст
Товар	Лойиҳалаштириш, тажриба намуналари	Асосий вариант	Мукамаллашган	Дифференциаллашган	Селектив

#### 4.2. Амалий машғулотни олиб бориш технологияси

<b>Талабалар сони: 20-50 та</b>	<b>Вақти: 4 соат</b>
<b>Машғулот шакли</b>	Билимларни чуқурлаштириш ва мустақ-камлашга қаратилган амалий машғулот.
<b>Маъруза режаси</b>	Корхона маҳсулотининг комплекс тавсифномаси ва баҳоланиши. Маҳсулотнинг иқтисодий кўрсаткичлари. Маҳсулотни баҳолаш усуллари. Товарнинг кучли ва заиф томонлари. Товарнинг ҳаётийлик даври
<b>Машғулотнинг мақсади:</b> Бизнес-режанинг “Корхона маҳсулотини тавсифлаш” бўлимини ишлаб чиқиш ҳақида билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш.	
<b>Педагогик вазифалар:</b>	<b>Ўқув фаолияти натижалари:.</b>
Корхона маҳсулотининг комплекс тавсифномаси ва баҳоланишини тушунтиради. Маҳсулотнинг иқтисодий кўрсаткичларини аниқлашни тушунтиради; Маҳсулотни баҳолаш усулларини тушунтиради Товарнинг кучли ва заиф томонлари ҳақида тушунча беради Товарнинг ҳаётийлик даври босқичларини тушунтириб беради.	Корхона маҳсулотининг комплекс тавсифномаси ва баҳоланишини ёритишни амалга ошира оладилар Маҳсулотнинг иқтисодий кўрсаткичларини аниқлай оладилар Маҳсулотни баҳоланишни амалга ошира оладилар Товарнинг кучли ва заиф томонларини қандай баҳоланишни айтиб бера оладилар Товарнинг ҳаётийлик даври босқичларини аниқлай оладилар.
<b>Ўқитиш усуллари ва техника</b>	Топшириқлар – амалий ишлаш учун, баҳс-мунозара, «Конверт» ва «Қандай» техникаси.
<b>Ўқитиш воситалари:</b>	Маъруза - матни, манбаалар, адабиётлар, доска, бўр.
<b>Ўқитиш шакллари</b>	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
<b>Ўқитиш шарт-шароити</b>	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
<b>Мониторинг ва баҳолаш</b>	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

**Амалий машғулотнинг технологик картаси (1-машғулот)**

<i>Иш жараёнлари вақти</i>	<i>Фаолиятнинг мазмуни</i>	
	<i>Ўқитувчи</i>	<i>Талаба</i>
I-босқич. Мавзуга кириш (10 минут)	1.1. Ўқув машғулоти мавзуси, мақсад ва вазифаларини айтади (амалий маш-ғулотни ўтказишда олдиндан топшириқ ва вазифалар беради).	Амалий машғулотга тайёргарлик кўриб келади.
	1.2. Таълим жараёни интерфаол усуллар орқали амалга оширишини эълон қилади. Талабаларни доира ёки тўрт-бурчак шаклида столлар атрофида икки гуруҳга бўлади.	Ихтиёрий равишда икки гуруҳга бўлинади.
II-босқич. Асосий (60 минут)	2.1. «Конверт» техникасидан фойда-ланилган ҳолда ҳар бир гуруҳ навбат билан конвертга солинган топшириқ-ларни олади (1-илова).	Топшириқни кўриб чиқиб, саволларга жавоб беради.
	2.2. Топшириқларга тайёргарлик кў-риш учун 3 минут, жавоб бериш учун эса 7 минут беради.	Регламентга риоя қилади.
	2.3. Гуруҳларга топшириқларни бажа-риш учун ёрдам беради, уларни баҳо-лаш мезонлари билан таништиради (3-илова), бахс-мунозарани бошқариб боради. Зарур ҳолларда аралашади ва керакли томонга йўналтиради.	Фаол қатнашадилар.
	2.4. Гуруҳларнинг жавобларини тинг-лаб, уларни баҳолайди.	Ўз фикрларини эр-кин билдирадилар.
	2.5. Гуруҳларга «Қандай?» техникаси-дан фойдаланилган ҳолда: «Товар ҳақида истеъмолчига йўналтирилган қандай маълумотларни ёритиш керак?» деб савол билан муружаат қилади (2-илова).	Мустақил диаграммани ҳар бир гуруҳ тўлдиради.
	2.6. Топшириқларни ватман-қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишга ёрдам беради. Ягона хулоса чиқаришга кўмак беради ва ниҳоясида умумлаштиради.	Тақдимот ўтказади. Ғолиб гуруҳларни аниқлаб, баҳолайди.
III-босқич. Якуний (10 минут)	3.1. Иш якунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради.	Эшитади. Аниқлайди.
	3.2. Уйга бажариш учун топшириқлар беради: “Товарнинг жозибдорлигини белгиловчи омиллар” иборасининг моҳиятини изоҳлаб, эссе ёзиб келинг.	ЎУМ га Қарайдилар

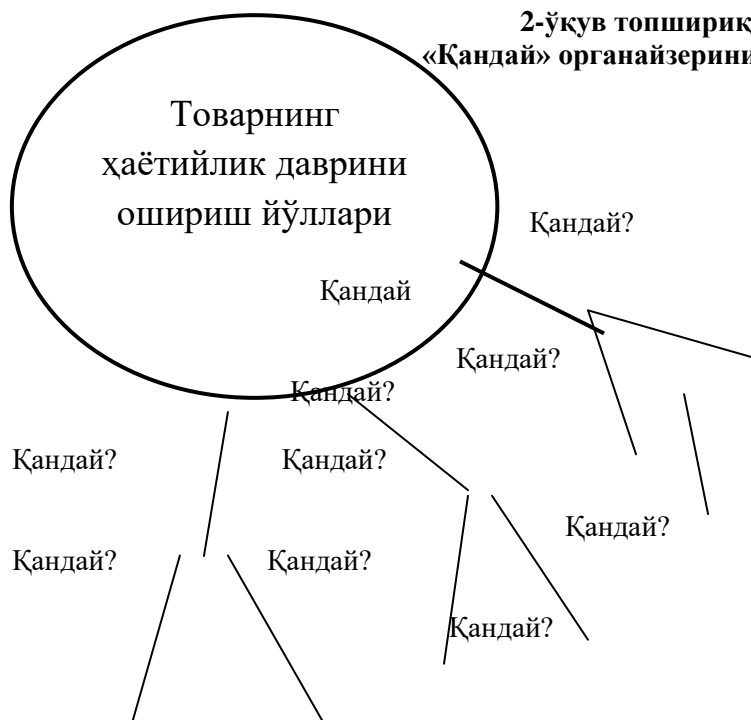
**Амалий машғулотнинг технологик картаси (2-машғулот)**

<i>Иш жараёнлари вақти</i>	<i>Фаолиятнинг мазмуни</i>	
	<i>Ўқитувчи</i>	<i>Талаба</i>
I-босқич. Мавзуга кириш (10 минут)	1.1. Ўқув машғулоти мавзуси, мақсад ва вазифаларини айтади (амалий маш-ғулотни ўтказишда олдиндан топшириқ ва вазифалар беради).	Амалий машғулотга тайёргарлик кўриб келади.
	1.2. Таълим жараёни интерфаол усуллар орқали амалга оширишини эълон қилади. Талабаларни доира ёки тўрт-бурчак шаклида столлар атрофида икки гуруҳга бўлади.	Ихтиёрий равишда икки гуруҳга бўлинади.
II-босқич. Асосий (60 минут)	2.1. «Конверт» техникасидан фойда-ланилган ҳолда ҳар бир гуруҳ навбат билан конвертга солинган топшириқ-ларни олади (1-илова).	Топшириқни кўриб чиқиб, саволларга жавоб беради.
	2.2. Топшириқларга тайёргарлик кў-риш учун 3 минут, жавоб бериш учун эса 7 минут беради.	Регламентга риоя қилади.
	2.3. Гуруҳларга топшириқларни бажа-риш учун ёрдам беради, уларни баҳо-лаш мезонлари билан таништиради (3-илова), бахс-мунозарани бошқариб боради. Зарур ҳолларда аралашади ва керакли томонга йўналтиради.	Фаол қатнашадилар.
	2.4. Гуруҳларнинг жавобларини тинг-лаб, уларни баҳолайди.	Ўз фикрларини эр-кин билдирадилар.
	2.5. Гуруҳларга «Қандай?» техникаси-дан фойдаланилган ҳолда: «Товарнинг ҳаётийлик даврини ошириш йўллари» деб савол билан мурожаат қилади (2-илова).	Мустақил диаграммани ҳар бир гуруҳ тўлдиради.
	2.6. Топшириқларни ватман-қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишга ёрдам беради. Ягона хулоса чиқаришга кўмак беради ва ниҳоясида умумлаштиради.	Тақдимот ўтказади. Ғолиб гуруҳларни аниқлаб, баҳолайди.
III-босқич. Яқуний (10 минут)	3.1. Иш яқунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради.	Эшитади. Аниқлайди.
	3.2. Уйга бажариш учун топшириқлар беради: “Рақобатчилар маҳсулотларини баҳолаш” иборасининг моҳиятини изоҳлаб, эссе ёзиб келинг.	ЎУМ га Қарайдилар

**1-ўқув топширик**  
**«Конверт» техникаси учун саволлар**  
**(Ҳар бир савол конвертларга алоҳида солинади)**

- |  |
|--|
| 1. Маҳсулотнинг ўзига хослиги – сизнинг нуқтаи назарингизда ва бозор нуқтаи назаридан.         |
| 2. Маҳсулот ҳаётийлик даврига таъсир этувчи омилларни таърифланг.                              |
| 3. Рақобатчилар маҳсулотларини баҳолашда нималарга эътибор бериш керак..                       |
| 4. Товар ҳаётийлик даврининг асосий босқичлари ва корxonанинг анъанавий маркетинг ҳаракатлари. |
| 5. Товарнинг кучли ва заиф томонлари нима?   |

**2-ўқув топширик**  
**«Қандай» органайзерини тўлдириг**



5-Мавзу	Маркетинг режаси.
---------	-------------------

(Маъруза –4 соат, амалий машғулот - 4 )

**5.1. Маърузани олиб бориш технологияси**

Талабалар сони: 20-50та	Вақти: 4 соат
Машғулот шакли	Тематик маъруза
<b>Маъруза режаси</b>	5.1. Маркетинг режанинг моҳияти ва функциялари 5.2. Товар сиёсати 5.3. Бозорни баҳолаш ва истеъмолчилик талабини ўрганиш 5.4. Баҳо сиёсати 5.5. Маҳсулотни бозорга чиқариш стратегияси 5.6. Коммуникатив сиёсат ва маркетинг бюджети
<b>Ўқув машғулотларининг мақсади</b>	Бизнес-режа тузишда «Маркетинг режаси» бўлимини ишлаб чиқиш бўйича билимларни шакллантириш.
<b>Педагогик вазифалар:</b>	<b>Ўқув фаолияти натижалари:</b>
<p>Маркетинг режасини ишлаб чиқишнинг мазмуни, моҳияти ва ишлаб чиқиш тартиби тўғрисида тушунча беради;</p> <p>Корхонанинг товар сиёсатини шакллантириш босқичларини тушунтиради;</p> <p>Бозорни баҳолаш ва истеъмолчилик талабини ўрганиш бўйича бизнес-режани тузишда амалга ошириладиган маркетинг тадқиқотларининг асосий йўналишлари тушунтиради;</p> <p>Корхона баҳо сиёсатини ишлаб чиқиш босқичларини тушунтиради.</p> <p>Маҳсулотни бозорга чиқариш стратегиясини ёритиб беришни ўргатади.</p> <p>Коммуникатив сиёсат дастурлари асосий қоидаларини тушунтиради ва маркетинг бюджетини шакллантиришни ўргатади.</p>	<p>Маркетинг режасининг моҳияти, вазифалари, корхонанинг маркетинг стратегиясини белгилаш бўйича тасаввурлар шаклланади;</p> <p>Корхонанинг товар сиёсатининг асосий элементларини белгилайдилар;</p> <p>Бозорни баҳолаш ва истеъмолчилик талабини ўрганишнинг маркетинг тадқиқотлари бўйича қарор қабул қилишни ўрганадилар.</p> <p>Корхона баҳо сиёсатини ишлаб чиқиш босқичларини ўрганади.</p> <p>Маҳсулотни бозорга чиқариш стратегиясини ёритиб бера олади</p> <p>Коммуникатив сиёсатни ишлаб чиқиш ва маркетинг бюджетини шакллантиришни ўрганадилар.</p>
<b>Ўқитиш воситалари</b>	Маъруза матнлари, қоғоз (флип чарт), фломастерлар, эксперт варақлари график органайзерлар
<b>Ўқитишнинг услублари ва шакллари</b>	Маъруза, тезкор сўров, «биргаликда ўрганиш» услуби пинборд техника; Жамоа, ёппасига ишлаш, кичик гуруҳлар таркибида ишлаш;
<b>Ўқитиш шарт-шароитлари</b>	Гуруҳ шаклида ишлашга мосланган техник жиҳозланган аудитория.

**«Маркетинг режаси» мавзуси бўйича тематик маърузанинг технологик картаси (1-машғулот)**

Ишларни босқичлари	Фаолиятни мазмуни	
	Ўқитувчининг	Талабанинг
<b>1-босқич.</b> <b>Ўқув</b> <b>машғулотининг</b> <b>мавзусига</b> <b>кириш</b> <b>(20 дақиқа)</b>	<p>Маъруза мавзусини, мақсади ва ўқитишнинг натижаларини эълон қилади.</p> <p>Машғулотни олиб бориш шаклини ва баҳолаш мезонларини тушунтиради (1-илова).</p> <p>Мавзу бўйича маъруза матнларини ҳар бир талабага тарқатади ёки талабалар томонидан аввалдан тайёрлаб келинган конспектларни очиб қўйишни айтади.</p> <p>1.4. Мавзунинг режасини эълон қилади, уларга қисқача таърифлар беради ва семинар, амалий машғулотлар билан боғлайди.</p>	<p>Тинглайдилар.</p> <p>Ёзиб олишади ёки конспектларини тўлдириб боришади.</p>
<b>2-босқич.</b> <b>Асосий босқич</b> <b>(60 дақиқа)</b>	<p>2.1. Қуйидаги саволлар бўйича ўйлаб кўриш ва жавоб беришни таклиф этади: Бизнес-режани ишлаб чиқишда маркетинг режасининг аҳамияти нимада? Корхона товар сиёсатининг мақсади нима? Бозорни баҳолаш ва истеъмолчилик талабини ўрганиш йўналишлари қайсилар? Тезкор сўров ўтказилади. Йўналиш бериб, жавобларни тўғрилаб боради.</p> <p>2.2. Талабаларни ихтиёрийлик асосида 4 та кичик гуруҳга бўлади. Ҳар бир гуруҳ янги мавзунинг битта саволи бўйича «экспертлик» вазифасини бажаришини ва бошқаларни шу савол бўйича ўқитишини эълон қилади.</p> <p>2.3. Экспертлик варақларини тарқатади (2-илова) ва гуруҳлар ишини ташкиллаштиради. Кластер тузишни тушунтиради (3-илова)</p> <p>2.4. Гуруҳларнинг ўз саволлари бўйича тақдимот ўтказишларини эълон қилади. Маслаҳатчи сифатида иштирок этади. Шарҳлаб боради, аниқлаштиради ва тўғрилаб боради.</p> <p>2.5. Тақдимот тугагандан сўнг ҳар бир гуруҳ саволлари бўйича хулоса қилади ва бунда талабалар эътиборини саволнинг энг асосий жиҳатлари мазмунига қаратади.</p>	<p>Саволларга жавоб берадилар.</p> <p>Талабалар 6-7 нафардан 4та кичик гуруҳга бўлинадилар.</p> <p>Гуруҳда ишлайдилар ва биргаликда маъруза матнлари ва конспектларни ўқиб, қўйилган саволларга жавоб қидирадилар. Маълумотларни тизимлаштирадилар ва ўзаро фикр алмашадилар. Муҳокама давомида танлаб олинган маълумотларни флип чартга (катта қоғозга) ёзадилар. Ўз ораларидан лидер (етакчи) танлайдилар ва етакчилар чиқиб қўйилган савол бўйича жавобларни тақдимот қиладилар. Тақдимот пайтида катта қоғозга туширилган маълумотларни (кластерни) шарҳлайдилар.</p>
<b>3-босқич.</b> <b>Якуний қисм.</b> <b>(10 дақиқа)</b>	<p>3.1. Охириги хулосани беради, натижаларни кетма-кетликда эълон қилади. Олинган маълумотлар қаерда, қандай ишлатилишини тушунтиради.</p> <p>3.2. Талабаларни фаолиятини таҳлил этади ва баҳолайди, қўйилган мақсадга эришилганлик даражасини баҳолайди.</p> <p>3.3. Мустақил ишлашга вазифалар беради. (4-илова).</p>	<p>Саволлар берадилар.</p> <p>Мустақил ишга вазифаларни ёзиб оладилар.</p>

«Маркетинг режаси» мавзуси бўйича тематик маърузанинг технологик картаси  
(2-машғулот)

Фаолият босқичлари	Фаолиятнинг мазмуни	
	Ўқитувчининг	Талабанинг
<p>I. Кириш босқичи (5 дақиқа)</p>	<p>1.1. Мавзунинг номи, мақсади, кутилажак натижаларини эълон қилади.</p> <p>1.2. Ўқув машғулотининг шакли, ўтказилиш тартибини тушунтиради ва баҳолаш мезонларини эълон қилади (1-илова).</p> <p>1.3. Мавзу бўйича маъруза матнларини тарқатади (ҳар бир талабага).</p> <p>1.4. Мавзунинг режаси ва асосий тушунчаларини эшиттиради ва қисқача изоҳ беради.</p>	<p>Тинглайдилар.</p> <p>Мавзу номини ва режасини ёзиб оладилар.</p>
<p>II. Асосий босқич (70 дақиқа)</p>	<p>2.1. Ақлий ҳужум методи орқали талабаларни фаоллаштиради. Берилган саволга ўйлаб жавоб беришни таклиф қилади (жавоблар 1-2 сўздан иборат бўлиши кераклигини эслатади):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Баҳо сиёсатининг шаклланишига қандай омиллар таъсир қилади?</li> </ul> <p>Бир талабага жавобларни доскада ёзиб боришни таклиф қилади. Фикр билдириш тўхтатилади ва жавоблар таҳлил қилинади (15 дақиқа).</p> <p>2.2. Талабаларни унга кичик гуруҳларга бўлади. Машғулотнинг ўтказилиш тартибини яна эслатади. Ўқув машғулоти «ўзи ўрганиб, ўзгага ўргатиш», яъни ҳамкорликда ўрганиш принципи асосида ўтказилишини айтади (Зигзаг. 2-илова).</p> <p>2.3. Гуруҳларга эксперт варақларини, шу билан бирга ҳар бир талабага геометрик шакл тарқатади ва фаолиятларини ташкил қилади (геометрик шаклларни вақтинча бир жойга қўйишларини, вақти келганда ундан фойдаланишларини айтади) (3-илова). Гуруҳларда ишни ташкил қилади. (матнни ўрганиб, муҳокама қилишга 15 дақиқа беради).</p> <p>2.4. Доира олган талабалар 1-стол, учбурчак шаклини олганлар 2-стол ва тўртбурчак олганлар 3-стол атрофига ўтиришларини айтади. Ҳар хил гуруҳлардан тўпланган талабалар ўз саволларини бошқа талабаларга ёритишини тушунтиради. Ўзаро ўргатиш жараёни бошланади (15 дақиқа). Талабалар фаолиятини кузатади, уларни йўналтиради, маслаҳатлар беради.</p> <p>2.5. Талабаларни узларини дастлабки жойларига, стол атрофига келиб ўтиришларини айтади.</p> <p>2.6. Тақдимот бошланишини эълон қилади. Ҳар бир гуруҳдан 3 тадан талаба чиқиб, фаолият натижаларини тақдим қилишларини айтади. Тақдимот учун ҳар бир гуруҳга 8 дақиқадан вақт ажратади. Йўналтирувчи, маслаҳатчи сифатида иштирок этади. Жавобларни аниқлаштиради, тўлдиради, изоҳ беради ва тузатишлар киритади.</p> <p>2.7. Ҳар бир гуруҳ тақдимоти охирида эксперт саволлари бўйича хулосалар қилади.</p> <p>2.8. Гуруҳлар ўзаро бир-бирларини баҳолашларини эслатади.</p>	<p>Саволни муҳокама қилиб, уларга жавоб беради.</p> <p>Гуруҳлар фаолиятни ташкил қиладилар. Матнларини ўқиб, саволларга жавоб топадилар. Маълумотни муҳокама қилиб, фикр алмашиб, системалаштирадилар. Формат қоғозига схема тарзида туширадилар.</p> <p>Талабалар белгиланган стол атрофига ўтириб, бир-бирига жавобларни тушунтирадилар.</p> <p>Дастлабки жойлари-га келиб ўтирадилар. Тайёр маълумотни тақдим этиш учун чизмаларни организа-торлар ишлаб чиқади. Гуруҳ сардорлари тайёр маълумотлар-ни тақдим этадилар. Бошқа гуруҳ аъзоларининг берган саволларига жавоб беради. Бир-бирларини баҳолайдилар.</p>
<p>III. Яқуний босқич (5 дақиқа)</p>	<p>3.1. Мавзунинг бўйича яқуний хулоса қилади.</p> <p>3.2. Гуруҳларга ўзаро қўйган баҳоларини эълон қилади. Ўқув машғулотининг натижаларини шарҳлайди.</p> <p>3.3. Мустақил ишлашлари учун вазифа беради: назорат саволларига оғзаки жавоб бериш (4-илова).</p>	<p>Эшитадилар.</p> <p>Вазифани ёзиб оладилар.</p>

**«Корхона ва ташилотларни шакллантиришда инсон омили» маъруза машғулотида  
талабалар фаолиятини баҳолаш кўрсаткичлари ва мезонлари**

1,5 – 2 балл - «аъло»  
1,0 – 1,4 балл - «яхши»  
0,5 – 0,9 балл - «қониқарли»  
0 - 0,4 балл - «қониқарсиз»

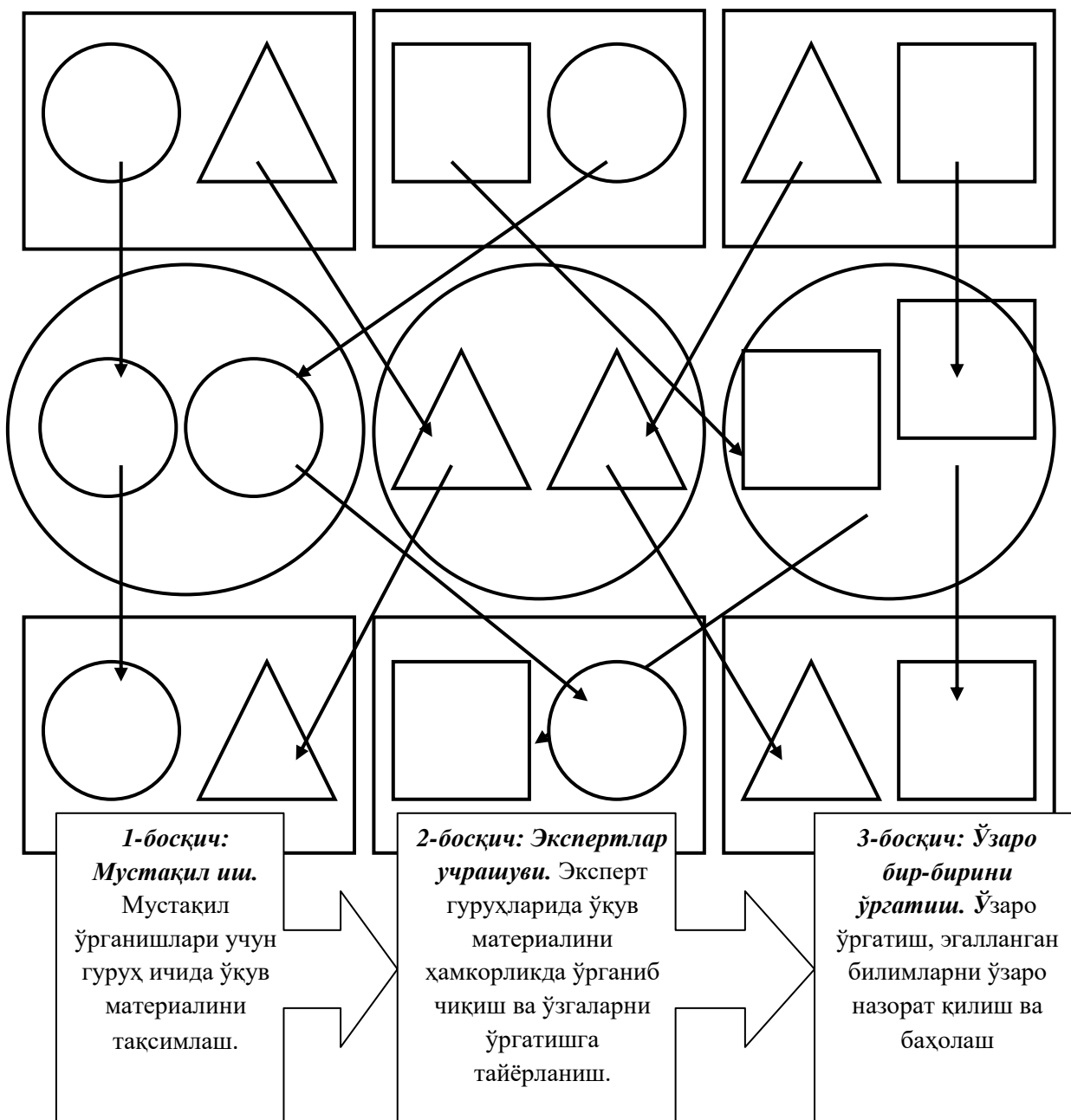
**Эксперт гуруҳлари иш натижаларини баҳолаш мезонлари**

<i>Мезонлар</i>	<i>Макс. балл</i>	<i>Гуруҳ фаолияти натижаларини баҳоси</i>			
Маълумотнинг тўлалиги	1,0				
Маълумотнинг аниқ, чизмалар тарзда тақдим этилганлиги	0,5				
Гуруҳ иштирокчиларининг фаоллиги (тўлдириш, саволлар бериш, жавоблар бериш)	0,5				
Балларнинг максимал ҳажми	2				

**«Зигзаг» техникаси**

**Ўзаро ўқитиш** ягона тамойилга асослангандир: ўқув гуруҳи кичик гуруҳларга бўлинади. Ҳар бир гуруҳ аъзоси ўрганилаётган мавзунинг маълум соҳаси бўйича эксперт бўлади ва бошқаларга ўргатади.

Ҳар бир гуруҳнинг асосий мақсади: ҳар бир талаба мавзунини тўлиқ ўзлаштириши керак.



### Эксперт варағи №1

#### *Баҳо сиёсати*

Баҳо сиёсатини мақсадларини қўйиш.  
Корхонанинг баҳо стратегияси.  
Корхонанинг баҳо тактикаси.

### Эксперт варағи №2

#### *Маҳсулотни бозорга чиқариш стратегияси*

Товар ҳаракатланиши ва сотувни тадқиқ қилиш.  
Реклама ва сотувни рағбатлантиришни тадқиқ қилиш.  
ФОССТИС тизими.

### Эксперт варағи №3

#### *Коммуникатив сиёсат ва маркетинг бюджети*

Коммуникатив сиёсат стратегияси  
Маркетинг коммуникациялари комплекси  
Маркетинг бюджети.

илова (4.1)

#### **Ўз-ўзини текшириш ва баҳолаш учун назорат саволлар ва вазифалар:**

1. Баҳо сиёсатини мақсадларини қўйиш деганда нималар назарда тутилади?
2. Сотишни таъминлаш деганда нимани тушунаси?
3. Бозорни сақлаб қолиш мақсади деганда нимани тушунаси?
4. Қисқа муддатли мақсадларга одатда нималарни киритиш мумкин?
5. Корхонанинг баҳо стратегияси иборасини тушунтиринг.
6. Баҳони шакллантириш усулини танлашнинг қандай қоидалари мавжуд?
7. Корхонанинг баҳо тактикаси нима?
8. Баҳони бозор суғуртасини (кафолатини) таъминлаш қандай амалга оширилади?
9. Маҳсулотни бозорга чиқариш стратегияси нималарни кўзда тутди?
10. Товар ҳаракатланиши ва сотувни тадқиқ қилишнинг мақсади нима?
11. Реклама ва сотувни рағбатлантиришни тадқиқ қилиш нима?
12. Коммуникатив сиёсатнинг мақсадларига нималарни киритилиши мумкин?

## 5.2. Семинарда таълим технологияси

Ўқув соати: 4 соат	Талабалар сони:
Ўқув машғулотивнинг шакли	Билимларни мустақамлаш ва чуқурлаштириш
Мавзу режаси	8.1. Маркетинг режанинг моҳияти ва функциялари 8.2. Товар сиёсати 8.3. Бозорни баҳолаш ва истеъмолчилик талабини ўрганиш 8.4. Баҳо сиёсати 8.5. Маҳсулотни бозорга чиқариш стратегияси 8.6. Коммуникатив сиёсат ва маркетинг бюджети
Бизнес-режа тузишда «Маркетинг режаси» бўлимини ишлаб чиқиш бўйича билимларни чуқурлаштириш.	
<p>Педагогик вазифалар:</p> <p>Маркетинг режасини ишлаб чиқишнинг мазмуни, моҳияти ва ишлаб чиқиш тартиби тўғрисидаги тушунчаларини чуқурлаштириш. Корхонанинг товар сиёсатини шакллантириш босқичлари ҳақидаги билимларини кенгайтириш. Бозорни баҳолаш ва истеъмолчилик талабини ўрганиш бўйича бизнес-режани тузишда амалга ошириладиган маркетинг тадқиқотларининг асосий йўналишлари ҳақида кенгрок маълумот бериш. Корхона баҳо сиёсатини ишлаб чиқиш босқичлари ҳақидаги билимларини кенгайтириш. Маҳсулотни бозорга чиқариш стратегиясини ёритиб беришни ўргатади. Коммуникатив сиёсат дастурлари асосий қоидаларини тушунтиради ва маркетинг бюджетини шакллантиришни ўргатади.</p>	<p>Ўқув фаолиятининг натижалари:</p> <p>Маркетинг режасининг моҳияти, вазифалари, корхонанинг маркетинг стратегиясини белгилаш асосларини тушунтиради. Корхонанинг товар сиёсатининг асосий элементларини белгилай оладилар.</p> <p>Бозорни баҳолаш ва истеъмолчилик талабини ўрганишнинг маркетинг тадқиқотлари бўйича қарор қабул қилишни ўрганадилар.</p> <p>Корхона баҳо сиёсатини ишлаб чиқиш босқичларини ўрганади.</p> <p>Маҳсулотни бозорга чиқариш стратегиясини ёритиб бера олади.</p> <p>Коммуникатив сиёсатни ишлаб чиқиш ва маркетинг бюджетини шакллантиришни ўрганадилар.</p>
Таълим методлари	Ақлий ҳужум, суҳбат, машқ бажариш, савол-жавоб,
Таълим воситалари	Маъруза матни, формат қоғозлари, маркерлар, скотч, ўқув материаллари, тарқатма материал
Таълим шакллари	Фронтал, жамоавий, гуруҳларда ишлаш.
Ўқитиш шарт-шароити	Техник воситалардан фойдаланиш ва гуруҳларда ишлашга мўлжалланган аудитория
Мониторинг ва баҳолаш	Назорат саволлари, савол-жавоб, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

**“Маркетинг режаси” мавзуси бўйича семинар машғулотининг  
технологик харитаси (1-машғулот)**

Фаолият босқичлари	Фаолиятнинг мазмуни	
	Ўқитувчининг	талабанинг
Тайёргарлик босқичи	Кўшимча ўқув материални тайёрлайди Гуруҳларда ишлаш учун топшириқларни ишлаб чиқади. Гуруҳдан бир талабани танлайди ва ўқитувчи вазифасини бажаришини айтиб, машғулотни ўтказиш йўл-йўриқларини ўргатади.	Эшитади, зарур маълумотларни ёзиб олади.
I. Кириш босқичи (5дақиқа)	Машғулотни талаба ўтказади. 1.1.Мавзунинг номи, мақсади ва режалаштирилган натижаларини эслатади. 1.2.Гуруҳлар фаолиятини баҳолаш мезонларини эълон қилади (1-илова). 1.3.Семинар машғулоти ноанъанавий тарзда ўтилишини, яъни гуруҳ талабаси ўқитувчи сифатида машғулотни ўтказишини айтади.	Тинглайдилар.
II. Асосий босқич (65 дақиқа)	2.1.Талабалар билимларини фаоллаштириш мақсадида ақлий хужум методидан фойдаланиб, қуйидаги саволни беради: - Корхонанинг товар сиёсати деганда нимани тушунаси? Жавоблар 2-3 сўздан кўп бўлмаслиги кераклигини эслатади. Талабалардан бири жавобларни доскага ёзиб боради. Жавобларни таҳлил қилади, тўлдиради, тузатишлар киритади. 2.2.Талабаларни учта кичик гуруҳга бўлади, ва уларга топшириқ беради. (2-илова). Гуруҳларда ишни ташкил қилади. Берилган вазифани схема ва жадваллар асосида бажаришларини уқтиради. Гуруҳларда вазифалар тақсимланишига ёрдам беради. Гуруҳлар ишини кузатади, йўл-йўриқлар беради, йўналтиради. 2.4. Тақдимот бошланишини эълон қилади. Йўналтирувчи, маслаҳатчи сифатида иштирок этади. Жавобларни аниқлаштиради, тўлдиради, изоҳ беради ва тузатишлар киритади.	Берилган саволга жавоб берадилар. Жавобларни ҳамкорликда муҳокама қилишади. Гуруҳлар фаолиятини бошлайди. Берилган саволларни ўрганиб чиқади, саволларга жавоб топади, ўзаро муҳокама қилади ва схема ва жадваллар асосида формат қоғозига туширади. Тайёр ишларини доскага илади. Ҳар бир гуруҳдан иштирокчилар чиқиб намоиш қилиш орқали ўз ишларини тақдим қиладилар. Ўзаро берилган саволларга жавоб берадилар.
III. Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Мавзунинг дастлабки учта саволини умумлаштиради, хулосалар қилади, яқун ясайди. Талабалар диққатини мавзунинг асосий томонларига қаратади. 3.2.Гуруҳлар ишини баҳолайди. Фаол иштирок этган талабаларни рағбатлантиради. 3.3. Мустақил ишлашлари учун вазифа беради: (1) назорат саволларига оғзаки жавоб бериш (3-илова); (2) мавзунинг кейинги учта саволига тайёрланиб келиш.	Эшитадилар.  Вазифани ёзиб оладилар.

**“Маркетинг режаси” мавзуси бўйича семинар машғулотининг  
технологик харитаси (2-машғулот)**

Фаолият босқичлари	Фаолиятнинг мазмуни	
	Ўқитувчининг	талабанинг
I. Кириш босқичи (15 дақиқа)	<p>1.1. Мавзунинг номи, мақсади, кутилажак натижаларини эслатади, уларнинг аҳамиятлилиги ва долзарблигини асослайди.</p> <p>1.2. Гуруҳлар фаолиятини баҳолаш мезонларини эълон қилади.</p> <p>1.3. Машғулот охирида тест ўтказилишини айтади.</p>	Тинглайдилар.
II. Асосий босқич (55 дақиқа)	<p>2.1. Талабаларни билимларини фаоллаштириш мақсадида савол-жавоб техникасини қўллаб, қуйидаги саволларни беради:</p> <p>1. Корхона баҳо сиёсатини ишлаб чиқиш босқичлари нималарни ўз ичига олади?</p> <p>2. Корхонанинг баҳо стратегияси иборасини тушунтиринг.</p> <p>3. Маҳсулотни бозорга чиқариш стратегияси нималарни кўзда тутаяди?</p> <p>4. Коммуникатив сиёсатнинг вазифаларини тушунтиринг.</p> <p>5. Реклама ва сотувни рағбатлантиришни тадқиқ қилиш нима?</p> <p>Билимларни фаоллаштириш жараёнида, амалий ишлаш фаолиятида фаол иштирок этиш учун талабалар эгаллаган билимларнинг етарлилигини аниқлайди.</p> <p>2.2. Талабаларни учта кичик гуруҳга бўлади ва ҳамкорликда вазифани бажаришни таклиф қилади. Топшириқларни тарқатади (4-илова). Топшириқни бажариш йўлини тушунтиради.</p> <p>Гуруҳларда фаолиятни ташкиллаштиришга ёрдам беради. Гуруҳлар ишини кузатади, уларга йўл-йўриқ кўрсатади, маслаҳатлар беради.</p> <p>2.3. Тақдимот бошланишини эълон қилади. Йўналтирувчи, маслаҳатчи сифатида иштирок этади. Жавобларни аниқлаштиради, тўлдиради, изоҳ беради ва тузатишлар киритади.</p>	<p>Саволларга жавоб берадилар.</p> <p>Учта гуруҳга бўлина-дилар. Фаолиятни бошлайдилар. Фикр алмашади, мулоҳаза юритади. Топшириқ тасвирланган тарқатма материални биргаликда тўлдирадилар. Тақдимотга тайёрлайдилар. Тайёр ишларини дос-кага иладилар. Ҳар бир гуруҳдан бита-дан иштирокчи чиқиб ўз ишини тақдим этади. Жавобларини асослайди. Берилган саволларга жавоб берадилар.</p>
III. Яқуний босқич (10 минут)	<p>3.1. Мавзунинг умумлаштиради, умумий хулосалар қилади, яқун ясайди. Талабалар диққатини мавзунинг асосий томонларига қаратади.</p> <p>3.2. Амалга оширилган фаолиятнинг келажакда касбий фаолиятлари учун зарурлигини қайд қилади.</p> <p>3.3. Мустақил ишлашлари учун вазифа беради: (1) назорат саволларига оғзаки жавоб бериш (5-илова); (2) Савол бўйича Т-схемани тўлдириш (6-илова).</p>	<p>Эшитадилар.</p> <p>Вазифани ёзиб оладилар.</p>

### Ақлий хужум коидалари:

Ҳеч қандай ўзаро танқид ва баҳолаш бўлмаслиги керак!

Таклиф қилинаётган ғояга баҳо беришдан сақлан, агар у жуда юқори ва бажарилиш эҳтимоли бўлмаса ҳам – ҳаммасига рухсат берилади.

Барча келтирилган гоёлар қимматли ва тенг кучли – уларни танқид қилмаслик керак.

Жавоб бераётганни тухтатмаслик керак!

Қамчилик курсатишдан сақлан!

Мақсад миқдор ҳисобланади!

Қанча қуп фикр билдирилса шунчага яхши: Янги ва қимматли ғоянинг тугилишига эҳтимол шунчалик қуп бўлади.

Фикрлар такрорланса эътибор бермаслик керак.

Пайдо бўлган гоёни ташлаб агар у сенинг назаринг бўйича қабул қилинган схемага жавоб бермаса ҳам юбормаслик керак.

Ушбу муоммани фақат мавжуд усуллар билан ечиш мумкин деб уйлама.

**1-илова (8.2)**

#### *Эксперт гуруҳлари иш натижаларини баҳолаш мезонлари*

<i>Мезонлар</i>	<i>Макс. балл</i>	<i>Гуруҳ фаолияти натижаларини баҳоси</i>			
Маълумотнинг тўлаллиги	1,0				
Маълумотнинг аниқ, чизмалли тарзда тақдим этилганлиги	0,5				
Гуруҳ иштирокчиларининг фаоллиги (тўлдириш, саволлар бериш, жавоблар бериш)	0,5				
Балларнинг максимал ҳажми	2				

1,5 – 2 балл - «аъло»

1,0 – 1,4 балл - «яхши»

0,5 – 0,9 балл - «қониқарли»

0 - 0,4 балл - «қониқарсиз»

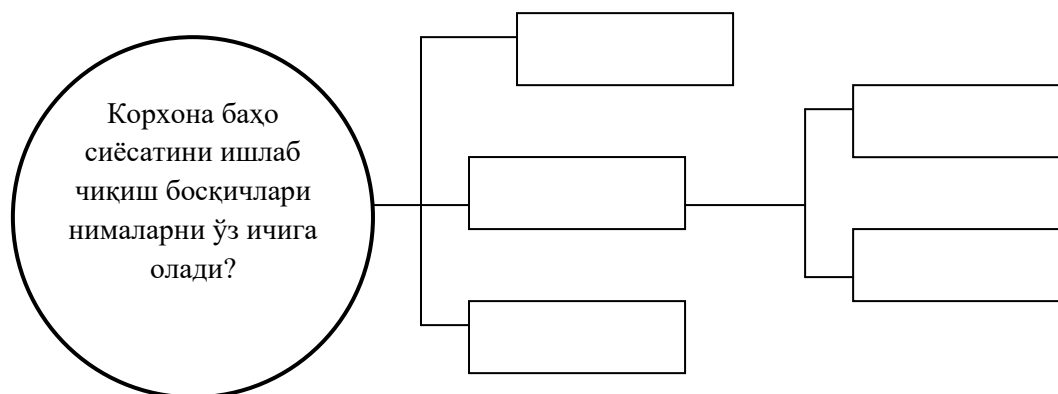
**Ўқув топшириқлари**

**«Каскад» техникаси**

Ушбу технология ғоялар тизимини ишлаб чиқишга кўмак беради: Асосий мақсади: аниқ ва ижодий фикрлаш қобилиятини фаоллаштириш.

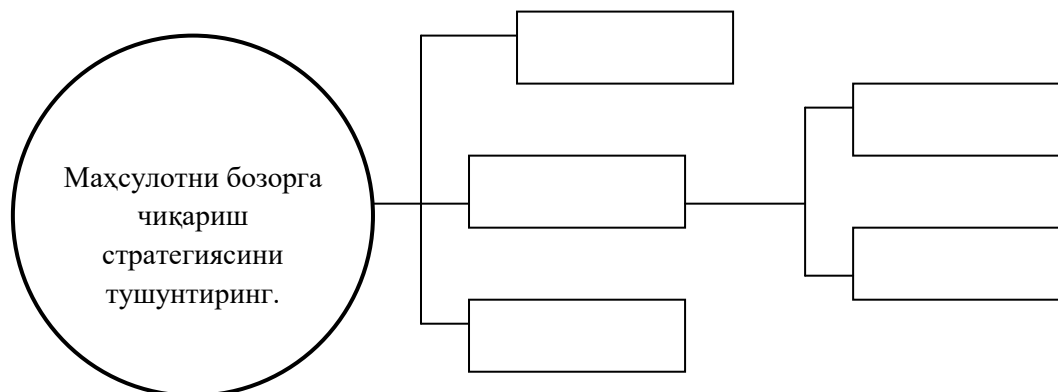
**1-топшириқ**

Савол юзасидан фикрларингизни билдиринг ва фикрларингизни асосланг.



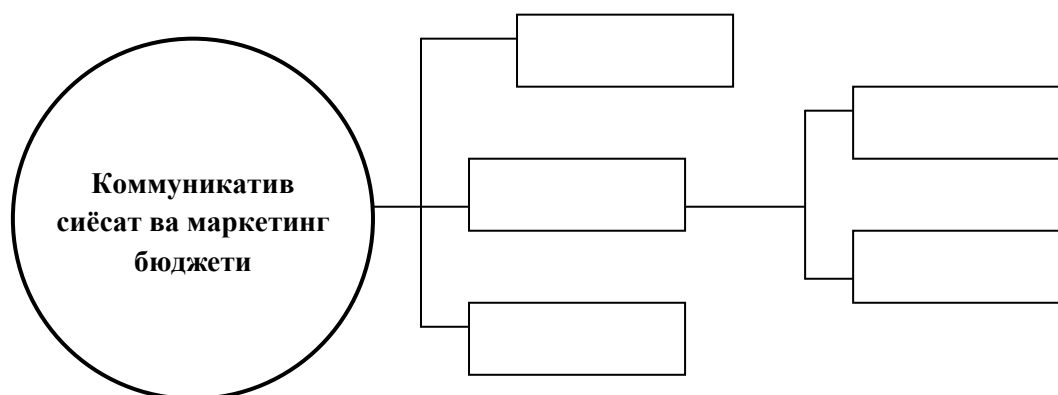
**2-топшириқ**

Савол юзасидан фикрларингизни билдиринг ва фикрларингизни асосланг.



**3-топшириқ**

Савол юзасидан фикрларингизни билдиринг ва фикрларингизни асосланг.



**Назорат саволлари ва топшириқлар:**

1. Корхона баҳо сиёсатини ишлаб чиқиш босқичлари нималарни ўз ичига олади?
2. Баҳо сиёсатини мақсадларини қўйиш деганда нималар назарда тутилади?
3. Сотишни таъминлаш деганда нимани тушунасиз?
4. Бозорни сақлаб қолиш мақсади деганда нимани тушунасиз?
5. Қисқа муддатли мақсадларга одатда нималарни киритиш мумкин?
6. Корхонанинг баҳо стратегияси иборасини тушунтиринг.
7. Баҳони шакллантириш усулини танлашнинг қандай қоидалари мавжуд?
8. Корхонанинг баҳо тактикаси нима?
9. Баҳони бозор суғуртасини (кафолатини) таъминлаш қандай амалга оширилади?
10. Маҳсулотни бозорга чиқариш стратегияси нималарни кўзда тутди?
11. Товар ҳаракатланиши ва сотувни тадқиқ қилишнинг мақсади нима?
12. Реклама ва сотувни рағбатлантиришни тадқиқ қилиш нима?
13. Коммуникатив сиёсатнинг мақсадларига нималарни киритилиши мумкин?
14. Коммуникатив сиёсатнинг вазифаларини тушунтиринг.
15. Фирма стили - ўз ичига нималарни олади?
16. Коммуникатив сиёсат стратегияси нима?
17. Маркетинг коммуникациялари комплекси ўз ичига қандай воситаларни олади?

<i>Т-схема. Товарни мажбурий ўтказиш стратегияси</i>	
<i>Ижобий томонлари</i>	<i>Камчиликлари</i>

## 6.1. Маърузада таълим технологияси

<i>Ўқув соати:</i> 4 соат	<i>Талабалар сони:</i>
<i>Ўқув машғулотининг шакли</i>	Шарҳловчи (кўргазмали) маъруза (1-машғулот) Мавзуй маъруза (2-машғулот)
<i>Мавзу режаси</i>	1. Ишлаб чиқариш режаси таркиби ва кўрсаткичлар тизими 2. Ишлаб чиқариш режасининг ишлаб чиқариш қувватлари билан асосланиши 3. Ишлаб чиқариш режасининг ресурслар билан таъминланганлиги, 4. Ишлаб чиқариш захираларини нормалаштириш 5. Асосий ва айланма ишлаб чиқариш фондларига бўлган талабни (эҳтиёжни) аниқлаш.
Бизнес-режанинг «Ишлаб чиқариш режаси» бўлими тўғрисидаги билимларини шакллантириш.	
<p><i>Педагогик вазифалар:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ишлаб чиқариш режаси таркиби, кўрсаткичлар тизими ва унинг аҳамиятини тушунтириш;</li> <li>• Ишлаб чиқариш режасининг ишлаб чиқариш қувватлари билан асосланиши тушунчаларини ёритиш;</li> <li>• Ишлаб чиқариш режасининг ресурслар билан таъминланишининг ўзига хос томонларини тушунтириш;</li> <li>• Ишлаб чиқариш захираларини нормалаштириш ҳақида тушунча бериш;</li> <li>• Асосий ва айланма ишлаб чиқариш фондларига бўлган талабни (эҳтиёжни) аниқлашнинг асосий хусусиятларини ёритиш;</li> </ul>	<p><i>Ўқув фаолияти натижалари:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ишлаб чиқариш режаси таркиби, кўрсаткичлар тизими ва унинг аҳамиятини тушунтиради;</li> <li>• Ишлаб чиқариш режасининг ишлаб чиқариш қувватлари билан асосланиши тушунчаларини ҳамда уларнинг моҳиятини ёритади;</li> <li>• Ишлаб чиқариш режасининг ресурслар билан таъминланишини ҳисоблашни ўрганади;</li> <li>• Ишлаб чиқариш захираларини нормалаштириш мазмунини тушунтиради;</li> <li>• Асосий ва айланма ишлаб чиқариш фондларига бўлган талабни (эҳтиёжни) аниқлашнинг асосий хусусиятларини кўрсатиб ўтади;</li> </ul>
<i>Таълим методлари</i>	Маъруза, ақлий ҳужум, намойиш этиш, зигзаг техникаси
<i>Таълим воситалари</i>	Маъруза матни, кодоскоп, слайдлар, формат қоғозлари, маркерлар, скотч, чизмали органайзерлар, ҳар бир талаба учун маъруза матнлари.
<i>Таълим шакллари</i>	Фронтал, жамоавий, гуруҳларда ишлаш.
<i>Ўқитиш шарт-шароити</i>	Техник воситалардан фойдаланиш ва гуруҳларда ишлашга мўлжалланган аудитория
<i>Мониторинг ва баҳолаш</i>	Оғзаки назорат, савол-жавоб, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

**«Ишлаб чиқариш режаси» мавзуси бўйича маъруза машғулотининг технологик харитаси (1-машғулот)**

<i>Фаолият босқичлари</i>	<i>Фаолиятнинг мазмуни</i>	
	<i>Ўқитувчининг</i>	<i>Талабанинг</i>
I. Кириш босқичи (5 дақиқа)	<p>1.1. Мавзунинг номи, мақсади, кутилажак натижаларини эълон қилади.</p> <p>1.2. Ўқув машғулотининг шакли, ўтказилиш тартибини тушунтиради ва баҳолаш мезонларини эълон қилади (1-илова).</p> <p>1.3. Мавзу бўйича маъруза матнларини тарқатади (ҳар бир талабага).</p> <p>1.4. Мавзунинг режаси ва асосий тушунчаларини эшиттиради ва қисқача изоҳ беради.</p>	<p>Тинглайдилар.</p> <p>Мавзу номини ва режасини ёзиб оладилар.</p>
II. Асосий босқич (70 дақиқа)	<p>2.1. Ақлий ҳужум методи орқали талабаларни фаоллаштиради. Берилган саволга ўйлаб жавоб беришни таклиф қилади (жавоблар 1-2 сўздан иборат бўлиши кераклигини эслатади): - «Ишлаб чиқариш режаси» бўлими нима мақсадда ишлаб чиқилади? Бир талабага жавобларни доскада ёзиб боришни таклиф қилади. Фикр билдириш тўхтатилади ва жавоблар таҳлил қилинади (15 дақиқа).</p> <p>2.2. Талабаларни учта кичик гуруҳларга бўлади. Машғулотнинг ўтказилиш тартибини яна эслатади. Ўқув машғулоти «ўзи ўрганиб, ўзгага ўргатиш», яъни ҳамкорликда ўрганиш принципи асосида ўтказилишини айтади (Зигзаг. 2-илова).</p> <p>2.3. Гуруҳларга эксперт варақларини, шу билан бирга ҳар бир талабага геометрик шакл тарқатади ва фаолиятларини ташкил қилади (геометрик шаклларни вақтинча бир жойга қўйишларини, вақти келганда ундан фойдаланишларини айтади) (3-илова). Гуруҳларда ишни ташкил қилади. (матнни ўрганиб, муҳокама қилишга 15 дақиқа беради).</p> <p>2.4. Доира олган талабалар 1-стол, учбурчак шаклини олганлар 2-стол ва туртбурчак олганлар 3-стол атрофига ўтиришларини айтади. Ҳар хил гуруҳлардан тўпланган талабалар ўз саволларини бошқа талабаларга ёритишини тушунтиради. Ўзаро ўргатиш жараёни бошланади (15 дақиқа). Талабалар фаолиятини кузатади, уларни йўналтиради, маслаҳатлар беради.</p> <p>2.5. Талабаларни узларини дастлабки жойларига, стол атрофига келиб ўтиришларини айтади.</p> <p>2.6. Тақдимот бошланишини эълон қилади. Ҳар бир гуруҳдан 3 тадан талаба чиқиб, фаолият натижаларини тақдим қилишларини айтади. Тақдимот учун ҳар бир гуруҳга 8 дақиқадан вақт ажратади. Йўналтирувчи, маслаҳатчи сифатида иштирок этади. Жавобларни аниқлаштиради, тўлдиради, изоҳ беради ва тузатишлар киритади.</p> <p>2.7. Ҳар бир гуруҳ тақдимоти охирида эксперт саволлари бўйича хулосалар қилади.</p> <p>2.8. Гуруҳлар ўзаро бир-бирларини баҳолашларини эслатади.</p>	<p>Саволни муҳокама қилиб, уларга жавоб беради.</p> <p>Гуруҳлар фаолиятни ташкил қиладилар. Матнларини ўқиб, саволларга жавоб топадилар. Маълумотни муҳокама қилиб, фикр алмашиб, системалаштирадилар. Формат қоғозига схема тарзида туширадилар. Талабалар белгиланган стол атрофига ўтириб, бир-бирига жавобларни тушунтирадилар. Дастлабки жойлари-га келиб ўтирадилар. Тайёр маълумотни тақдим этиш учун чизмали органайзерлар ишлаб чиқади. Гуруҳ сардорлари тайёр маълумотлар-ни тақдим этадилар. Бошқа гуруҳ аъзоларининг берган саволларига жавоб беради. Бир-бирларини баҳолайдилар.</p>
III. Якуний босқич (5 дақиқа)	<p>3.1. Мавзуни бўйича якуний хулоса қилади.</p> <p>3.2. Гуруҳларга ўзаро қўйган баҳоларини эълон қилади. Ўқув машғулотини натижаларини шарҳлайди.</p> <p>3.3. Мустақил ишлашлари учун вазифа беради: (1) мавзунинг кейинги режаси саволларига тайёрланиб келиш; (2) назорат саволларига оғзаки жавоб бериш (4-илова).</p>	<p>Эшитадилар. Вазифани ёзиб оладилар.</p>

**«Ишлаб чиқариш режаси» мавзуси бўйича маъруза машғулотининг технологик харитаси (2-машғулот)**

<i>Фаолият босқичлари</i>	<i>Фаолиятнинг мазмуни</i>	
	<i>Ўқитувчининг</i>	<i>Талабанинг</i>
I. Кириш босқичи (10 дақиқа)	1.1. Мавзунинг номи, мақсади, кутилажак натижаларини, ҳамда режасини эслатади. 1.2. Кўриб чиқилган ва ўрганилиши лозим бўлган асосий тушунча ва таянч ибораларни эслатади.	Тинглайдилар. Ёзиб оладилар.
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Бугунги ўқув машғулотида кўриб чиқилиши лозим бўлган режа саволларини эслатади. 2.2. Савол-жавоб техникасидан фойдаланган ҳолда мустақил иш учун берилган савол ва вазифаларни муҳокама қилишни таклиф қилади. (4-илова) Жавобларни тўлдиради, ва иштирокчиларни баҳолайди. 2.3. Инсон ресурсларини бошқариш хусусиятларини слайдда намойиш этиб, шарҳлайди. 2.4. Тарқатма материал тарқатади ва уни диққат билан ўқиб чиқиб, жадвални тўлдиришни таклиф қилади. Куйидаги саволга жавоб бериб, ФСМУ жадвалини тўлдиришни айтади: Ишлаб чиқариш режасининг ресурслар билан таъминланганлигини асослашда нима талаб қилинади? (5-илова) Талабалар фаолиятини кузатади, йўналтиради, маслаҳатлар беради. 2.5. Жадвалларда берилган фикрларни талабалар билан муҳокама қилади. 2.6. Барча фикрларни умумлаштиради.	Эшитадилар.  Саволларга жавоб берадилар. Муҳокама қилади-лар.  Эшитадилар, ёзиб оладилар.  Тарқатма материални ўрганиб чиқиб, берилган саволга жавобларни жадвалда қайд қиладилар.  Билдирган фикрларини изоҳлайдилар. Эшитадилар, ёзиб оладилар.
III. Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Мавзунинг умумлаштиради, умумий хулосалар қилади, яқун ясайди. 3.2. Ўзаро қўйилган баҳоларни эълон қилади. Ўқув натижаларини изоҳлайди. 3.3. Мустақил ишлашлари учун вазифа беради. Кейинги ўтиладиган мавзу бўйича маъруза матнларини тарқатади ва уни инсерт техникасини қўллаб, ўрганиб чиқишни уқтиради.	Эшитадилар.  Вазифани ёзиб оладилар.

**Ишлаб чиқариш харажатлари сметаси.**

	Даврлар бўйича кўрсаткичлар миқдори						
	200__ й.				200__ й.		200__ й.
	I чорак	II чорак	III чорак	IV чорак	I ярим йил	II ярим йил	
Моддий харажатлар							
Иш ҳақи бўйича харажатлар							
Ижтимоий мақсадларга тўловлар							
Асосий воситалар амортизацияси							
Бошқа харажатлар							
Харажатлар элементлари бўйича жаъми							
Доимий харажатлар							
Ўзгарувчан харажатлар							

**Изоҳ:** 1. Доимий харажатлага қуйидагилар киради: амортизация, бино ижараси, кредитларбўйича фоизлар, вақтбай иш ҳақи ва суғурта тўловлари, маъмурий харажатлар ва х.к.  
 2. Ўзгарувчан харажатлар - бу хом ашё, материаллар, технологик ёқилғи, электр энергияси, ишбай иш ҳақи ва х.к.

## 6.2. Семинарда таълим технологияси

<i>Ўқув соати: 4 соат</i>	<i>Талабалар сони:</i>
<i>Ўқув машғулотининг шакли</i>	Семинар-анжуман (1-машғулот) Билимларни мустаҳкамлаш ва чуқурлаштириш (2-машғулот)
<i>Мавзу режаси</i>	Ишлаб чиқариш режаси таркиби ва кўрсаткичлар тизими 2. Ишлаб чиқариш режасининг ишлаб чиқариш қувватлари билан асосланиши 3. Ишлаб чиқариш режасининг ресурслар билан таъминланганлиги 4. Ишлаб чиқариш захираларини нормалаштириш 5. Асосий ва айланма ишлаб чиқариш фондларига бўлган талабни (эҳтиёжни) аниқлаш.
Ишлаб чиқариш режаси мавзуси бўйича билимларини мустаҳкамлаш ва чуқурлаштириш. Билимларини амалиётда қўллай олиш малакаларини шакллантириш.	
<p><i>Педагогик вазифалар:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ишлаб чиқариш режаси таркиби, кўрсаткичлар тизими ва унинг аҳамияти тўғрисидаги тушунчаларни чуқурлаштириш;</li> <li>• Ишлаб чиқариш режасининг ишлаб чиқариш қувватлари билан асосланиши бўйича билимларни мустаҳкамлаш;</li> <li>• Ишлаб чиқариш режасининг ресурслар билан таъминланишининг ўзига хос томонларини очиб бериш;</li> <li>• Ишлаб чиқариш захираларини нормалаштириш ҳақида тушунчаларни мустаҳкамлаш;</li> <li>• Асосий ва айланма ишлаб чиқариш фондларига бўлган талабни (эҳтиёжни) аниқлаш бўйича билимларни мустаҳкамлаш;</li> </ul>	<p><i>Ўқув фаолиятининг натижалари:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ишлаб чиқариш режаси таркиби, кўрсаткичлар тизими ва унинг аҳамиятини тушунтиради;</li> <li>• Ишлаб чиқариш режасининг ишлаб чиқариш қувватлари билан асосланиши тушунчаларини ҳамда уларнинг моҳиятини ёритади;</li> <li>• Ишлаб чиқариш режасининг ресурслар билан таъминланишини ҳисоблашни ўрганади;</li> <li>• Ишлаб чиқариш захираларини нормалаштириш мазмунини тушунтиради;</li> <li>• Асосий ва айланма ишлаб чиқариш фондларига бўлган талабни (эҳтиёжни) аниқлашни ўрганади;</li> </ul>
<i>Таълим методлари</i>	амалиёт, савол-жавоб, мунозара, чизмали органайзерлар техникаси
<i>Таълим воситалари</i>	Маъруза матни, формат қоғозлари, маркерлар, скотч, ўқув тарқатма материаллар, Т-схема.
<i>Таълим шакллари</i>	Жамоавий, жуфтликларда ва гуруҳларда ишлаш .
<i>Ўқитиш шарт-шароити</i>	Техник воситалардан фойдаланиш ва гуруҳларда ишлашга мўлжалланган аудитория
<i>Мониторинг ва баҳолаш</i>	Назорат саволлари, савол-жавоб, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

**«Ишлаб чиқариш режаси» мавзуси бўйича семинар машғулотининг технологик харитаси (1-машғулот)**

Фаолият босқичлари	Фаолиятнинг мазмуни	
	Ўқитувчининг	Талабанинг
Тайёргарлик босқичи	<p>Реферат мавзуларининг рўйхатини аниқлайди (1-илова).                      Мавзуларни докладчилар томонидан танлаб олинishiни, ҳамда ҳар бир докладчига тақризчи тайинланишини ташкил қилади.                      Докладчиларга мавзуси бўйича режа тузиш вазифасини беради.                      Ҳамма талабаларга маъруза матнини ўрганиб чиқишни, режалар бўйича саволлар тайёрлаш вазифасини беради ва мустақил тайёрланишлари учун адабиётлар рўйхатини тақдим қилади.                      Докладчиларга тақлимотни кўргазмали материаллар асосида ўтказилишини уқтиради.</p>	<p>Мавзу танлаб оладилар ва машғулотга тайёрланадилар.                      Докладчилар реферат режасини тузадилар.                      Ҳар бир мавзу бўйича саволлар тайёрлайдилар ва зарур адабиётлар рўйхатини ёзиб оладилар.</p>
Тақдимотларнинг тузилиши ва кўринишини муҳокама қиладилар		
<p>I. Кириш босқичи (15 дақиқа)</p>	<p>1.1. Семинар машғулотининг мавзусини эслатади. Машғулотининг шакли ва ўтказилиш тартибini тушунтиради.                      1.2. Доклад қилувчилар ва тақризчилар билан таништиради.                      1.3.Баҳолаш кўрсаткичлари ва мезонларини эълон қилади (2-илова).                      1.4. Тақдимотлар регламентини аниқлайдилар (3-илова)</p>	<p>Тинглайдилар</p>
<p>II. Асосий босқич (55 дақиқа)</p>	<p>2.1.Биринчи докладчига сўз беради. Материал мазмунининг мантиқан боғлиқлигини, баён этиш усули ва талабалар муносабатини кузатади. Талабалар томонидан савол беришни таклиф қилади. Саволлар беради, докладнинг асосий моҳиятини аниқлаштиради.                      2.2.Тақризчиларга сўз беради ва талабаларга саволлар беришни таклиф қилади. Аста-секин ўқув машғулотини мунозара шаклига ўтказган ҳолда, доклад мазмунини жамоавий муҳокама қилишни таклиф қилади.                      2.3.Мавзу мазмунининг талабаларга қай даражада тушунарлилигини (докладчиларга берилаётган саволлар мазмуни ва саволларга берилаётган жавоблардан келиб чиқиб) баҳолайди.                      Талабаларга «мунозара иштирокчиси учун эслатма»ни эслатади ва мунозара бошланишини эълон қилади (4-илова). Билдирилаётган фикрларга нисбатан демократик ёндашиш ва фаоллик, қизиқувчанликни намоиш қилади. Ишончли мулоқот тонини кўллайди.                      2.4.Қисқача умумлаштириб докладга яқун ясайди. Докладнинг асосий моҳиятини, мунозара, муҳокама натижаларини қайд қилади.                      2.5. Кейинги докладларни ҳам шу йўсинда муҳокама қиладилар.</p>	<p>Тайёрланган доклад бўйича сўзга чиқади, тайёрлаган кўргазма-ли материаллар асоси да тақдимот қилади, берилган саволларга жавоб беради.                      Тақризчи уз фикрини билдиради, саволлар беради. Жамоа бўлиб доклад мазмунини муҳокама, мунозара қиладилар.                      Мунозара қиладилар.</p>
<p>III. Яқуний босқич (10 минут)</p>	<p>3.1.Анжуман натижалари юзасидан хулоса қилади, мавзуга яқун ясайди:                      - мавзу бўйича яқуний хулосани шакллантиради;                      - доклад қилувчилар ва машғулот иштирокчиларининг тайёргарлигини, мунозара, муҳокама жараёнидаги фаоллигини баҳолайди ва баҳоларни эълон қилади;                      - маъруза-анжуман машғулоти натижаларига умумий баҳо беради.                      3.2. Мустақил ишлашлари учун вазифа беради: (1) назорат саволларига оғзаки жавоб бериш (5-илова); (2) эгалланган билим ва тушунчалар асосида БББ жадвалини тўлдириш (6-илова).</p>	<p>Тинглайдилар.</p> <p>Вазифани ёзиб оладилар.</p>

**«Ишлаб чиқариш режаси» мавзуси бўйича семинар машғулотининг технологик харитаси  
(2-машғулот)**

Фаолият босқичлари	Фаолиятнинг мазмуни	
	Ўқитувчининг	Талабанинг
I. Кириш босқичи (15 дақиқа)	<p>1.1. Мавзунинг номи, мақсади, кутилажак натижаларини эслатади, уларнинг аҳамиятлилигини ва долзарблигини асослайди.</p> <p>1.2. Машғулот талабаларнинг якка ва жуфтликларда ишлашига асосланганлигини уқтиради.</p> <p>1.3. Талабалар рейтинг тизими асосида баҳоланишини эълон қилади (макс. балл 2).</p>	<p>Тинглайдилар. Мавзу номини ва режасини ёзиб оладилар.</p> <p>Саволларни муҳокама қилиб, уларга жавоб беради.</p>
II. Асосий босқич (55 дақиқа)	<p>2.1. Талабаларни фаоллаштириш мақсадида тезкор-сўров техникасини қўллаб, қуйидаги саволларни беради:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ишлаб чиқариш заҳираларини нормалаштириш.</li> <li>- Асосий ишлаб чиқариш фондларидан (узок муддатли активлар) фойдаланиш кўрсаткичларини ва уларга бўлган талабни (эҳтиёжни) аниқлаш.</li> <li>- Айланма ишлаб чиқариш фондларидан фойдаланиш кўрсаткичлари ва уларга бўлган талабни аниқлаш.</li> </ul> <p>Билимларни фаоллаштириш жараёнида, амалий фаолиятда фаол иштирок этиш учун талабалар эгаллаган билимларнинг етарлилигини аниқлайди.</p> <p>2.2. Талабаларни учта гуруҳга бўлади. Т-схемани тўлдириш қондасини тушунтиради (7-илова). Олдин индивидуал, сўнгра гуруҳларда мавжуд саволлар (8-илова) бўйича Т-схемани тўлдиришни айтади. Формат қоғозларини тарқатиб, гуруҳларда фаолиятни ташкил қилади.</p> <p>Гуруҳлар ишини кузатади, йўналтиради, маслаҳатлар беради.</p> <p>2.3. Олинган натижалар бўйича такдимот ўтказилишини эълон қилади. Такдимот жараёнида талабалар билан биргаликда схеманинг тўлиқ ишлаб чиқилганини таҳлил қилади, камчиликларни тўлдиради, аниқлаштиради, тўғрилайди ва баҳолайди.</p> <p>2.4. Т-схеманинг охириги тўғри вариантини дафтарларига кўчиришни таклиф қилади.</p>	<p>Фикр юритадилар, мулоҳазалар қилади, саволларга жавоб беради.</p> <p>Фикр алмашадилар.</p> <p>Ҳар бир талаба индивидуал Т-схемани ишлаб чиқади. Сўнг Т-схемалар солиштирилади ва бита умумийси гуруҳларда ишлаб чиқилади.</p> <p>Гуруҳ сардорлари ишларини доскага илиб, уни шарҳлайди. (5 дақ.). Бошқа гуруҳ аъзолари кўшимчалар киритади, тўғрилайди, саволлар беради. Т-схемани дафтарларига кўчирадилар.</p>
III. Яқуний босқич (10 минут)	<p>3.1. Мавзуни умумлаштиради, умумий хулосалар қилади, яқун ясайди. Талабалар диққатини мавзунинг асосий томонларига қаратади.</p> <p>3.2. Амалга оширилган фаолиятнинг келажакда касбий фаолиятлари учун зарурлигини қайд қилади.</p> <p>3.3. Гуруҳ ишларида фаол иштирок этганларни баҳосини эълон қилади.</p> <p>3.3. Мустақил ишлашлари учун вазифа беради: барча ўзи ҳоҳлаган корхона учун “Ишлаб чиқариш режаси” бўлимини ишлаб чиқсин.</p>	<p>Эшитадилар.</p> <p>Вазифани ёзиб оладилар.</p>

**Маъруза-анжуманда тақдим этиладиган мавзулар:**

- Ишлаб чи=ариш режаси былими тузилмаси.
- Ишлаб чи=ариш технологияси.
- Ишлаб чи=ариш кооперацияси.
- Ишлаб чи=ариш дастури.
- Корхонанинг ишлаб чи=ариш =уввати.
- Ресурсларга эштиёжни ани=лаш.

2-илова (9.1.)

**Мунозара иштирокчиларини баҳолаш мезонлари**

<i>Баҳолаш мезонлари (баллда)</i>	<i>Доклад қилувчилар</i>			
1. Доклад мазмуни (1,0): - долзарблиги; - баён қилинишининг тушунарлилиги, изчиллиги ва мантиқий боғлиқлиги; - хулосанинг аниқ шакллантирилиши. 2. Фойдаланилаётган маълумотнинг янгилиги (0,5) 3. Тақдимотда қўлланилган воситалар (0,4) 4. Регламентга риоя қилиш (0,1)				
<i>Жами:</i>				
	<i>Тақризчилар</i>			
1. Докладни янгилик била тўлдирганлигига (0,5) 2. Докладнинг кучли ва бўш томонларини аниқ кўрсатганига (1,5)				
<i>Жами:</i>				
	<i>Мунозара иштирокчилари</i>			
1. Саволлар: - ҳажми (0,1 ҳар бир савол учун); - мазмуни ва моҳияти бўйича (0,3) 2. Қўшимча киритганига (1,0)				
<i>Жами:</i>				

3-илова (9.1)

<p><b>Анжуман иштирокчилари учун белгиланган регламент:</b>                  Докладчи – 5 дақиқа                  Тақризчи – 3 дақиқа                  Докладчилар томонидан саволларга жавоб бериш – 3 дақиқа                  Тақризчилар томонидан саволларга жавоб бериш – 3 дақиқа</p>
---

4-илова (9.1)

<p><b>Мунозара иштирокчисига эслатма</b></p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>Мунозара муносабатларни ҳал этиш эмас, балки муаммоларни ечимини ҳамкорликда топиш методидир.</li> <li>Бошқалар ҳам фикр билдиришларига имконият яратиш учун узоқ гапирма.</li> <li>Ақлли фикрларинг мақсадга етиши учун сўзларингни тарозига сол, ўйлаб, сўнгра гапир, ҳис-туйғуларингни назорат қил.</li> <li>Тақризчи ва оппонент фикрини тўғри тушунишга ҳаракат қил. Унинг фикрини ҳурмат қил.</li> <li>Фақат мунозара мавзуси бўйичагина, аниқ фикр билдир.</li> <li>Ўз тақдимотинг билан кимгадир ёқишга ёки аксинча хафа қилишга уринма.</li> </ol>

**Назорат саволлари:**

1. Ишлаб чиқариш заҳираларини нормалаштириш учун керак?
2. Жорий заҳира нима?
3. Суғурта (кафолат) заҳираси нима?
4. Тайёрлов (технологик) заҳирасидан нима мақсадда фойдаланилади?
5. Мавсумий заҳиралар нималарга боғлиқ?
6. Тугалланмаган ишлаб чиқаришни нормаси қандай аниқланади?
7. Тугалланмаган ишлаб чиқариш бўйича айланма маблағлар нормативи нима?
8. Тайёр маҳсулот қолдиқларини қандай нормалаштирилади?
9. Келгуси давр харажатларни нормалаштириш қандай амалга оширилади?
10. Асосий ишлаб чиқариш фондларидан (узоқ муддатли активлар) фойдаланиш кўрсаткичларини ва уларга бўлган талабни (эҳтиёжни) аниқлаш қандай амалга оширилади?
11. Айланма ишлаб чиқариш фондларидан фойдаланиш кўрсаткичлари ва уларга бўлган талабни аниқлаш қандай амалга оширилади?
12. Айланиш коэффиценти нима?
13. Айланма маблағларни юкланиш коэффиценти нима?
14. Бир марта айланиш давомийлиги қандай амалга оширилади?
15. Харажатлар башорати жадвали қандай тузилади?
16. Иш ҳақи тўловлари бўйича маблағларга эҳтиёж жадвали қандай тузилади?

**6-Илова (9.1)****БББ жадвалини тўлдириш учун тавсиялар**

1. Таянч ибора ва тушунчалар билан танишиб чиқинг.
2. БББ жадвалини тўлдириш учун таянч ибора ва тушунчаларнинг тартиб рақамидан фойдаланинг.

Биламан	Билишни истайман	Билиб олдим
1	2	3

**Таянч ибора ва тушунчалар**

1.	Ишлаб чиқариш дастури	12.	Қўшимча ускуна ва бошқа техник воситаларга бўлган талаб.
2.	Тугалланмаган ишлаб чиқариш ҳажми	13.	Айланма ишлаб чиқариш фондлари.
3.	Ялпи маҳсулот	14.	Айланиш коэффициенти
4.	Корхонанинг ишлаб чиқариш қуввати	15.	Айланма маблағларни юкланиш коэффициенти.
5.	Моддий заҳиралар	16.	Бир марта айланиш давомийлиги.
6.	Ишлаб чиқариш заҳираларини нормалаштириш	17.	Харажатлар башорати.
7.	Жорий заҳира	18.	Иш ҳақи тўловлари бўйича маблағларга эҳтиёж.
8.	Суғурта (кафолат) заҳираси	19.	Тайёр маҳсулот қолдиқларини нормалаштириш
9.	Тайёрлов (технологик) заҳираси	20.	Келгуси давр харажатларни нормалаштириш.
10.	Мавсумий заҳиралар	21.	Асосий ишлаб чиқариш фондлари.
11.	Тугалланмаган ишлаб чиқариш нормативи	22.	Эскириш.

## 7 –мавзу

## Ташкилий режа ва менежмент

## 7.1. Маърузада таълим технологияси

<b>Ўқув соати: 4 соат</b>	<b>Талабалар сони:</b>
<b>Ўқув машғулотининг шакли</b>	Мутахассис (эксперт) иштирокидаги маъруза (1-машғулот) Маълумотли кўргазмали маъруза
<b>Мавзу режаси</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вазифаси ва асосий қоидалари</li> <li>2. Бошқарувни ташкил этиш</li> <li>3. Ташкилий қарорлар ва бошқарув</li> <li>4. Кадрлар сиёсати ва персонални бошқариш</li> <li>5. Кадрларга эҳтиёжни режалаштириш</li> </ol>
<b>Ди:</b> Ташкилий режа ва менежмент бўлимини ишлаб чиқиш бўйича билимларини шакллантириш. (ўқитувчи билан корхона ходими ўртасидаги диалог).	
<b>Педагогик вазифалар:</b> Ташкилий режа ва менежмент бўлимининг асосий қоидаларининг моҳияти, мақсади ва вазифалари ҳақида тўлиқ тушунча бериш; Бошқарувни ташкил этиш шакллари ёритиш; Ташкилий қарорлар ва бошқарувни ёритиш; Кадрлар сиёсати ва персонални бошқариш ҳақида тушунча бериш; Кадрларга эҳтиёжни режалаштириш йўллари тушунтириш.	<b>Ўқув машғулотининг натижалари:</b> Ташкилий режа ва менежмент бўлимининг моҳияти, мақсади ва вазифаларини ёритади; Бошқарувни ташкил этиш шакллари тушунтиради; Ташкилий қарорлар ва бошқарувни ёритиш йўллари кўрсатиб беради; Кадрлар сиёсати ва персонални бошқариш моҳиятини тушунтиради; Кадрларга эҳтиёжни режалаштириш йўллари изоҳлайди.
<b>Таълим методлари</b>	Маъруза, тезкор-сўров, «эксперт сўрови» методи, таҳлил
<b>Таълим воситалари</b>	Маъруза матни, компьютер технологиялари, формат қоғозлари, маркерлар, скотч, чизмалли органайзерлар.
<b>Таълим шакллари</b>	Фронтал, жамоавий, гуруҳларда ишлаш.
<b>Ўқитиш шарт-шароити</b>	Техник воситалардан фойдаланиш ва гуруҳларда ишлашга мўлжалланган аудитория
<b>Мониторинг ва баҳолаш</b>	Оғзаки назорат, савол-жавоб, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

**« Ташкилий режа ва менежмент » мавзуси бўйича маъруза машғулотининг технологик харитаси (1-машғулот)**

<b>Фаолият босқичлари</b>	<b>Фаолиятнинг мазмуни</b>	
	<b>Ўқитувчининг</b>	<b>Талабанинг</b>
<b>I. Кириш босқичи (10 дақиқа)</b>	<p>1.1.Мавзунинг номи, мақсади, ўқитиш натижаларини, мавзунинг режасини эълон қилади. Ўқув машғулотининг ўтказилиш шакли ва тартибини тушунтиради.</p> <p>1.2.Таклиф этилган корхона мутахассиси (эксперт)ни таништиради.</p>	Тинглайдилар.
<b>II. Асосий босқич (60 дақиқа)</b>	<p>2.1.Назария ва амалиётни таққослаш асосида янги материални ўрганишни ташкил қилади. Бунинг учун корхона ва ташкилотларда ходимлар билан ишлашни бошқаришнинг назарий асослари ҳақида маълумот беради. (мавзу режаси асосида). Расм, жадвалларни намойиш этади ва шарҳлайди (слайд).</p> <p>2.2.Амалиётчи сифатида корхона мутахассисини маъруза режаси бўйича маълумот беришини ташкил қилади.</p> <p>2.3.Экспертга мавзуга тааллуқли саволлар беришни таклиф қилади. (1-илова ўқитувчининг вариантлари). Эксперт томонидан мавзунинг ҳар бир қисми бўйича берган жавобларини умумлаштиради.</p>	<p>Тинглайдилар.</p> <p>Саволлар берадилар. Фикр алмашадилар.</p>
<b>III. Якуний босқич (10 дақиқа)</b>	<p>3.1. Талабалар диққатини мавзунининг асосий томонларига қаратган ҳолда, режанинг дастлабки учта саволи юзасидан хулосалар қилади ва яқун ясайди.</p> <p>3.2.Корхона мутахассисига миннатдорчилик билдиради.</p> <p>3.4. Мустақил ишлашлари учун вазифа беради: мавзунинг кейинги саволларини инсерт техникасидан фойдаланган ҳолда ўрганиб келиш.</p>	<p>Эшитадилар.</p> <p>Вазифани ёзиб оладилар.</p>

**«Ташкилий режа ва менежмент» мавзуси бўйича маъруза машғулотининг технологик харитаси (2-машғулот)**

<b>Фаолият босқичлари</b>	<b>Фаолиятнинг мазмуни</b>	
	<b>Ўқитувчининг</b>	<b>Талабанинг</b>
<b>I. Кириш босқичи (10 дақиқа)</b>	<p>1.1.Мавзуни номи, мақсади, кутилажак ўқув натижаларини ва мавзу режасини эслатади.</p> <p>1.2.Ўтган машғулот билан мантиқий боғлайди. Мустақил иш учун берилган вазифани яъни инсерт техникасини қўллаб мавзунинг қолган режаларини ўрганиб келиш вазифаси берилганлигини эслатади.</p>	Тинглайдилар.
<b>II. Асосий босқич (60 дақиқа)</b>	<p>2.1.Фаоллаштириш ва билимларини текшириш мақсадида бир қанча саволлар беради:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Корхонанинг оптимал ташкилий тузилмасини шакллантириш тамойиллари нималардан иборат?</li> <li>- Ташкилий тузилма турлари нималардан иборат?</li> <li>- Кадрлар салоҳияти нима?</li> <li>- Ходимларни бошқариш тузилмаси куйидаги фаолият йўналишларини қамраб олади?</li> </ul> <p>Жавобларни умумлаштиради. Диққатини асосий тушунчаларга қаратади. Зарур бўлса жавобларни аниқлаштиради, қўшимчалар қилади, ўзгартириш киритади.</p> <p>2.2.Кейинги фаолият кичик гуруҳларда давом этишини эълон қилади. Талабаларни 5 та гуруҳга бўлади.</p> <p>2.3. Ушбу мавзу бўйича қўшимча ўқув материални тарқатади ва танишиб чиқишни таклиф қилади. Шу билан бирга ташкилий тузилма турини танлашга таъсир қилувчи корхонадаги омилларни аниқлашни таклиф қилади. Гуруҳларда берилган вазифаларни муҳокамасини ташкил қилади.</p> <p>2.4.Бошқа вазифа беради: Формат қоғозига замонавий корхонанинг кадрлар сиёсати йўналишларини ишлаб чиқиш. Гуруҳлар фаолиятини кузатади, йўналтиради, маслаҳатлар беради.</p> <p>2.5.Гуруҳ ишларини тақдимоти бошланишини эълон қилади. Гуруҳлар ишини таҳлил қилади, қўшимчалар киритади, тўлдиради, умумлаштиради.</p>	<p>Берилган саволларга жавоб берадилар. Фикр алмашадилар.</p> <p>Берилган вазифаларни бажарадилар. Ҳар бир гуруҳ берилган формат қоғозига ташкилий тузилмага таъсир қилувчи корхонадаги омилларни қайд қилади. Иккинчи вазифани бажарадилар. Фор-мат қоғозига замонавий корхонанинг кадрлар сиёсати йўналишларини ёзиб чиқадилар. Ўз ишларини олиб чиқиб, тақдим қиладилар. Бир-бирига берилган саволларга жавоб берадилар.</p>
<b>III. Яқуний босқич (10 дақиқа)</b>	<p>3.1.Мавзуни умумлаштиради, хулосалар қилади. Талабалар диққатини мавзунинг асосий моҳиятига қаратади.</p> <p>3.2.Ўқув машғулотининг натижаларини қайд қилади. Талабалар мустақил фаолиятининг мақсадга эришганлик даражасини таҳлил қилади ва баҳолайди.</p> <p>3.4. Мустақил ишлашлари учун вазифа беради: (1) семинар машғулотида мустақил тайёрланишлари учун саволлар (2-илова)</p>	<p>Эшитадилар.</p> <p>Вазифани ёзиб оладилар.</p>

## 7.2. Семинарда таълим технологияси

<b>Ўқув соати:</b> 4 соат	<b>Талабалар сони:</b>
<b>Ўқув машғулотининг шакли</b>	Билимларни мустаҳкамлаш ва чуқурлаштириш (1-машғулот) Билимларни мустаҳкамлаш ва чуқурлаштириш (2-машғулот)
<b>Мавзу режаси</b>	
Ташкилий режа ва менежмент бўлимини ишлаб чиқиш бўйича билимларини мустаҳкамлаш ва кенгайтириш.	
<b>Педагогик вазифалар:</b> 1. Ташкилий режа ва менежмент бўлимининг асосий қоидаларининг моҳияти, мақсади ва вазифалари ҳақидаги тушунчаларини мустаҳкамлаш; 2. Бошқарувни ташкил этиш шакллари эритиш ҳақида кенгроқ маълумот бериш; 3. Ташкилий қарорлар ва бошқарувни эритиш тўғрисидаги тушунчаларини чуқурлаштириш; 4. Кадрлар сиёсати ва персонални бошқариш ҳақида кенгроқ маълумот бериш; 5. Кадрларга эҳтиёжни режалаштириш йўллари ҳақидаги билимларини мустаҳкамлаш.	<b>Ўқув фаолиятининг натижалари:</b> Ташкилий режа ва менежмент бўлимининг моҳияти, мақсади ва вазифаларини тушунтиради;  Бошқарувни ташкил этиш шакллари тушунтириб беради;  Ташкилий қарорлар ва бошқарувни эритиш йўллари кўрсатиб беради;  Кадрлар сиёсати ва персонални бошқариш моҳиятини тушунтиради;  Кадрларга эҳтиёжни режалаштириш йўллари изохлайди.
<b>Таълим методлари</b>	Ақлий ҳужум, суҳбат, балиқ скелети техникаси, савол-жавоб, конверт техникаси.
<b>Таълим воситалари</b>	Маъруза матни, формат қоғозлари, маркерлар, скотч, ўқув материаллари, тарқатма материаллар
<b>Таълим шакллари</b>	Жамоавий, жуфтликларда ва гуруҳларда ишлаш.
<b>Ўқитиш шарт-шароити</b>	Техник воситалардан фойдаланиш ва гуруҳларда ишлашга мўлжалланган аудитория
<b>Мониторинг ва баҳолаш</b>	Назорат саволлари, савол-жавоб, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

**« Ташкилий режа ва менежмент » мавзуси бўйича семинар машғулотининг технологик харитаси (1-машғулот)**

<b>Фаолият босқичлари</b>	<b>Фаолиятнинг мазмуни</b>	
	<b>Ўқитувчининг</b>	<b>талабанинг</b>
<b>I. Кириш босқичи (5дақиқа)</b>	<p>1.1.Мавзунинг номи, мақсади, кутилажак натижаларини эслатади, уларнинг аҳамиятлилиги ва долзарблигини асослайди.</p> <p>1.2. Машғулотнинг ўтказилиш шаклини тушунтиради.</p> <p>1.3. Гуруҳ ишларини баҳолаш мезонларини эълон қилади (1-илова).</p>	Тинглайдилар.
<b>II. Асосий босқич (65 дақиқа)</b>	<p>2.1.Ақлий ҳужум методидан фойдаланиб, талабаларни фаоллаштиради ва билимларни эгаллаганлик даражасини аниқлайди: - Ташкилий тузилма деганда нимани тушунасиз? Жавоблар 2-3 сўздан иборат бўлиши кераклигини эслатади. Жавобларни талабалардан бирига доскага ёзиб боришни таклиф қилади.</p> <p>2.2. Талабалар билан биргаликда жавобларни таҳлил қилади.</p> <p>2.3. Талабаларни учта кичик гуруҳга бўлади ва ҳамкорликда топшириқ бажаришларини айтади. Гуруҳларга тарқатма материалларни тарқатади. Берилган топшириқни аввал жуфтликларда, сўнгра гуруҳларда бажаришларини тушунтиради. Балик скелети техникасини асосида ишлашларини айтиб, ўтказилиш қоидасини тушунтиради (2-илова). Гуруҳларда фаолиятни ташкил қилади, кузатади, йўналтиради, маслаҳатлар беради.</p> <p>2.4. Тақдимот бошланишини эълон қилади. Йўналтирувчи, маслаҳатчи сифатида иштирок этади.Жавобларни аниқлаштиради, тўлдиради, изоҳ беради ва тузатишлар киритади.</p>	<p>Ўз фикрларини билдирадилар, саволларга жавоб берадилар.</p> <p>Учта гуруҳга бўлинадилар. Берилган топшириқни аввал жуфтликларда муҳокама қилиб, балик скелетини тўлдирадилар. Сўнгра бажарган ишларини гуруҳ ичида муҳокама қилиб, аниқ , оптимал вариантини танлаб, умумий битта «Балик скелети»ни тўлдирадилар. Гуруҳдан ўқитувчи танлаган талаба чиқиб, гуруҳ ишини тақдим қилади, фикрларини изоҳлайди. Бошқа гуруҳ иштирокчилари томондан берилган саволларга жавоб беришади.</p>
<b>III. Яқуний босқич (10 минут)</b>	<p>3.1. Мавзунининг режадаги биринчи учта саволини умумлаштиради, хулосалар қилади, яқун ясайди. Талабалар диққатини мавзунинг асосий томонларига қаратади.</p> <p>3.2.Гуруҳлар ишини баҳолайди. Гуруҳ фаолиятида фаол қатнашга талабаларни алоҳида қайд қилади ва қолган талабалар ҳам кейинги машғулотда фаол иштирок этишларини айтиб, умумий баҳоларни эълон қилади.</p> <p>3.3. Мустақил ишлашлари учун вазифа беради: (1) назорат саволларига оғзаки жавоб бериш (3-илова); (2) кўшимча адабиётлардан мавзуга тегишли бўлган янги маълумотларни тўплаш.</p>	Эшитадилар.  Вазифани ёзиб оладилар.

**« Ташкилий режа ва менежмент » мавзуси бўйича семинар машғулотининг технологик харитаси (2-машғулот)**

<b>Фаолият босқичлари</b>	<b>Фаолиятнинг мазмуни</b>	
	<b>Ўқитувчининг</b>	<b>талабанинг</b>
<b>I. Кириш босқичи (15дақиқа)</b>	<p>1.1.Мавзунинг номи, мақсади, кутилажак натижаларини эслатади.</p> <p>1.2.Машғулотнинг ўтказилиш шакли билан таништиради.</p> <p>1.3.Гуруҳлар фаолиятини баҳолаш мезонлари билан таништиради. Гуруҳ олган баҳони, шу гуруҳ иштирокчиларига ҳам қўйилишини айтади.</p>	Тинглайдилар.
<b>II. Асосий босқич (55 дақиқа)</b>	<p>2.1.Талабалар билимларини фаоллаштириш мақсадида савол-жавоб техникасини қўллаб, қуйидаги саволларни беради:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Кадрлар сиёсати нима?</li> <li>- Ходимларни бошқаришнинг мақсад ва вазифалари нималардан иборат?</li> <li>- Ходимларни бошқариш тузилмаси қандай фаолият йўналишларини қамраб олади?</li> <li>- Ходимларни жалб қилиш манбалари нималардан иборат?</li> </ul> <p>Берилган жавобларни тўлдиради, хатосини тўғрилайди, қисқа хулоса қилади.</p> <p>2.2. Талабаларни учта кичик гуруҳга бўлади ва аввал индивидуал, сўнгра гуруҳ ичида топшириқ бажаришларини айтади. амалий жараённинг боришини тушунтиради.</p> <p>2.3. Конверт техникасини қўллаб, топшириқлар тарқатади (4-илова). Аввал индивидуал фаолиятини, сўнгра гуруҳ ичидаги фаолиятни ташкил қилади. Тайёр ишларни формат қоғозига схемалар ва жадваллар тарзида тушириш кераклигини уқтиради. Гуруҳлар ишини кузатади, йўналтиради, маслаҳатлар беради.</p> <p>2.4. Тақдимот бошланишини эълон қилади. Йўналтирувчи, маслаҳатчи сифатида иштирок этади.Жавобларни аниқлаштиради, тўлдиради, изох беради ва тузатишлар киритади.</p>	<p>Саволларга жавоб берадилар.</p> <p>Учта гуруҳга бўлинадилар. Берилган топшириқни аввал индивидуал ўрганиб чиқадилар, жавоб топадилар. Сўнгра гуруҳларда муҳокама қилиб, тайёр маълумотни формат қоғозига схема ва жадваллар тарзида туширадилар. Гуруҳдан биттадан иштирокчи чиқиб, тайёр ишларини тақдим қилади. Бошқа гуруҳ иштирокчилари томонидан берилган саволларга жавоб беради.</p>
<b>III. Яқуний босқич (15 минут)</b>	<p>3.1. Мавзунни умумлаштиради, умумий хулосалар қилади, яқун ясайди. Талабалар диққатини мавзунинг асосий томонларига қаратади.</p> <p>3.2. Гуруҳлар фаолиятини баҳолайди ва амалий жараёнда фаол қатнашганликлари учун талабаларни рағбатлантиради.</p> <p>3.3. Мустақил ишлашлари учун вазифа беради: (1) назорат учун топшириқ: савол бўйича Т-схемани тўлдириш (5-илова); кейинги мавзуга тайёрланиб келиш.</p>	<p>Эшитадилар.</p> <p>Вазифани ёзиб оладилар.</p>

## Баҳолаш кўрсаткичлари ва мезонлари

Гуруҳ	Баҳо	Баҳолаш кўрсаткичлари ва мезонлари			
		Маълумотни тўлиқ ёритиши	Гуруҳ иштирокчиларининг фаоллиги	Маълумотнинг тақдим этилиши	Жами
	Балл	1,0	0,5	0,5	2
1					
2					
3					

## Гуруҳ ишларини умумлаштирувчи баҳо

Гуруҳ	1	2	3	Жами балл	Баҳо
1					
2					
3					

1,5 – 2 балл - «аъло»

1,0 – 1,4 балл - «яхши»

0,5-0,9 балл - «қониқарли»

0 - 0,4 балл - «қониқарсиз».

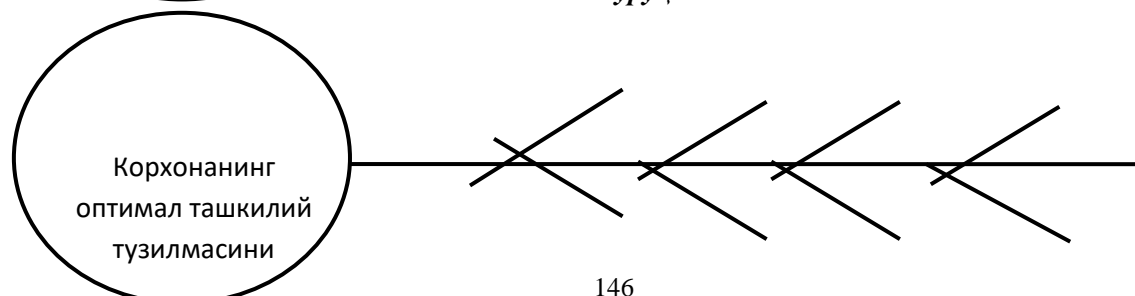
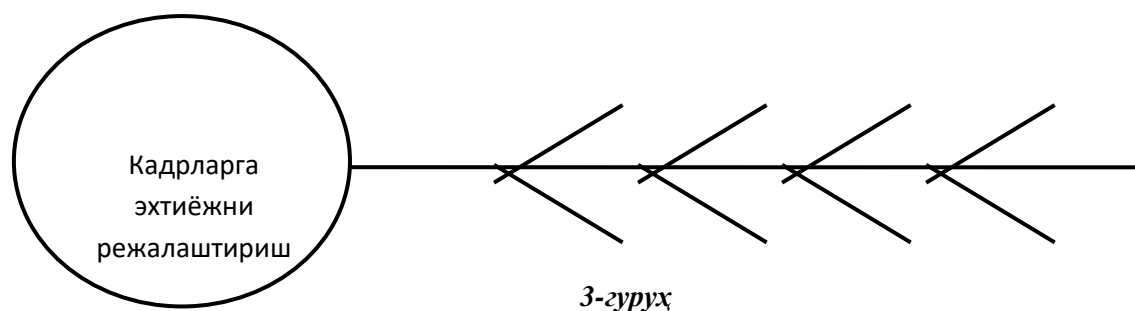
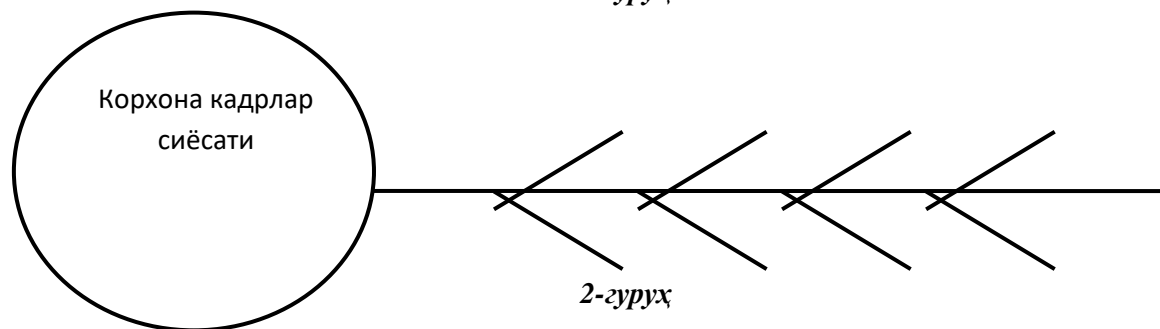
2-илова (10.2)

## «Балиқ скелети» техникаси

Ушбу технология катта муаммоларнинг ечимини топишга қаратилган. Юқори қисмида муаммолар тури ёзилса, пастки қисмида эса мисоллар билан изоҳланади.

## Ўқув топшириқлари

## 1-гуруҳ



**Назорат учун саволлар ва топшириқлар**

1. Корхонанинг ташкилий тузилмаси ва коммуникация алоқалар тизими нима?
2. Ташкилий тузилма турларини тавсифланг.
3. Ташкилий-ҳуқуқий шакл ва мулкчилик шаклининг бизнесга мос келиши, таклиф этилувчи ўзгартиришлар.
4. Ишчи кучига эҳтиёж, ишга ёллаш тизими нима?
5. Бизнесни профессионал қўллаб-қувватлаш манбалари (ҳуқуқий, банк, суғурта компаниялар, тадбиркорлар иттифоқлари).
6. Ходимларни бошқариш тузилмаси қандай фаолият йўналишларини қамраб олади?
7. Кадрлар салоҳиятини тушунтириб беринг.
8. Бошқарув командасини қандай тамойилларга риоя қилиш зарур?
9. Бизнес-режадаги ишбилармонлик жадвали нималарни назарда тутуди?
10. Ходимларни бошқариш тузилмаси қандай фаолият йўналишларини қамраб олади?

**«Конверт» техникаси учун саволлар  
(Ҳар бир савол конвертларга алоҳида солинади)**

1. Ташкилий режа ва менежмент бўлими тузилмаси қандай бўлиши керак?
2. Корхона бошқарувининг ташкилий тузилмасига қўйилувчи талаблар қандай?
3. менежментга қўйилувчи талаблар
4. Кадрлар сиёсати ва уни амалга ошириш йўналишлари
5. Ҳомийлик ва хайрия-васийлик фаолияти
6. Бизнес-режанинг ишбилармонлик жадвали
7. Бошқарувни ташкил этиш
8. Янги ташкил этилаётган корхона учун ташкилий тузилмани тавсифлаб беринг?
9. Корхонанинг оптимал ташкилий тузилмасини шакллантириш тамойиллари қандай?
10. Функционал тузилмани тушунтиринг.
11. Чизикли тузилмани тушунтиринг
12. Дивизионал – функционал тузилма нима?
13. Матрицали тузилма нима?
14. Кадрлар салоҳияти нима?
15. Ходимларни бошқариш схемаси нима?

8-Мавзу	<b>КОРХОНАНИНГ МОЛИЯВИЙ РЕЖАСИ</b>
---------	------------------------------------

(Маъруза – 4 соат, амалий машғулот - 4 )

### 8.1. Маърузани олиб бориш технологияси

<b>Талабалар сони: 20-50</b>	<b>Вақти: 4 соат</b>
<b>Машғулот шакли</b>	Информацион - тематик маъруза.
<b>Маъруза режаси</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Молиявий режанинг моҳияти ва асосий бўлимлари</li> <li>2. Корхонанинг молиявий иқтисодий ҳолатини баҳолаш.</li> <li>3. Даромад ва харажатларни режалаштириш</li> <li>4. Корхонанинг пул оқимлари, башорат баланси ва зарар кўрмаслигини режалаштириш</li> <li>5. Зарарсизлик нуқтасини ҳисоблаш</li> </ol>
<b>Машғулотнинг мақсади:</b> “Корхонанинг молиявий режаси” бўлимини ишлаб чиқиш ҳақида тушунча ҳосил қилиш.	
<p style="text-align: center;"><b>Педагогик вазифалар:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Молиявий режанинг моҳияти ва асосий бўлимлари билан таништириш.</li> <li>• Корхонанинг молиявий иқтисодий ҳолатини баҳолашни тушунтиради.</li> <li>• Даромад ва харажатларни режалаштиришни тушунтиради.</li> <li>• Корхонанинг пул оқимлари, башорат баланси ва зарар кўрмаслигини режалаштириш асосларини тушунтиради.</li> <li>• Зарарсизлик нуқтасини ҳисоблашни ўргатади.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Ўқув фаолияти натижалари:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Молиявий режанинг моҳияти ва асосий бўлимлари ҳақида тушунча бера оладилар.</li> <li>• Корхонанинг молиявий иқтисодий ҳолатини баҳолашни тушунтириб берадилар.</li> <li>• Даромад ва харажатларни режалаштиришни тушунтириб бера оладилар.</li> <li>• Корхонанинг пул оқимлари, башорат баланси ва зарар кўрмаслигини режалаштириш асосларини тушунтириб бера оладилар.</li> <li>• Зарарсизлик нуқтасини ҳисоблашни биладилар.</li> </ul>
<b>Ўқитиш усуллари ва техника</b>	Маъруза, ҳамкорликда ўқиш, Б.Б.Б. техникаси.
<b>Ўқитиш воситалари</b>	Маъруза матни, тарқатма материаллар, слайдлар, проектор.
<b>Ўқитиш шакллари</b>	Жамоа, тўғридан-тўғри ва жуфт-жуфт бўлиб ишлаш.
<b>Ўқитиш шарт-шароити</b>	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
<b>Мониторинг ва баҳолаш</b>	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

**Маърузанинг технологик картаси(1-машғулот)**

<i>Иш жараёнлари вақти</i>	<i>Фаолиятнинг мазмуни</i>	
	<i>Ўқитувчи</i>	<i>Талаба</i>
I-босқич. Курсга ва мавзуга кириш (10 минут)	1.1. Машғулотнинг мавзусини эълон қилади, ўқув машғулотининг мақсад ва вазифаларини тушунтиради.	ЎУМ га Қарайдилар
	1.2. Ҳар бир талабага мавзу бўйича тарқатма материалларни тарқатади.	Тарқатмаларни кўриб чиқади.
II-босқич. Асосий (60 минут)	2.1. Экранга БББ жадвали ва у билан ишлаш қоидалари чиқарилади. БББ жадвалини иш дафтарларига кўчириб олишни талаб қилади. Маъруза режасига асосланган ҳолда иккинчи устунни тўлдиришни вазифа қилиб беради (1-илова).	БББ жадвалини чизиб олади. Маъруза режасига асосан иккинчи устунни тўлдиради.
	2.2. “Инсерт” техникасидан фойда-ланилган ҳолда, маърузада белги-ланган белгилар асосида талабаларга кўйидаги саволларга жавоб беришни таклиф қилади: 1) Нимани улар билишади? (яъни мустақил гапириб бера олишади) 2) Нима тушунарсиз бўлиб қолди ва ўзлаштирилмади? 3) Қандай қўшимча маълумот талаб қилинади? Юқоридагилардан келиб чиқиб, учинчи ва тўртинчи устунни тўлдириш таклиф этилади, таянч сўзларнинг тартиб рақамлари кўйиб чиқилади (2-илова)	Учинчи ва тўртинчи устун тўлдирилади.
	2.3. Блиц-сўров орқали бир неча жавоблар тингланади ва жуфт-жуфт бўлиб ишлашни таклиф қилади.	Натижаларни ўқийди.
	2.4. Талабаларнинг жавобларини умум-лаштириб, жуфт-жуфт бўлиб ишлаш учун топшириқлар беради: 1) БББ жадвалининг тўртта усту-нидаги жавобларни таҳлил қилинг; 2) ўзлаштирилмаган саволларни умумлаштиринг; 3) биргаликда манбалардан жавоб-лар излаб топинг; 4) жавоб беришга тайёргарлик кў-ринг;	Топшириқни бажаради. Жавоб беради.
	2.5. Жавоблар тинглаб бўлингач, слайдлар ёрдамида ўқув машғулоти-нинг ёритилмаган қисмлари тушунтирилади (3-илова).	Тинглайдилар. ЎУМ га Қарайдилар
	2.6. Таянч ибораларга қайтилади, тала-балар иштирокида улар яна бир бор такрорланади. БББ жадвалининг, бешинчи устунни тўлдиришни айтиб ўтади.	Ҳар бир таянч ту- шунча ва иборалар- ни муҳокама қилади. Жадвал тўлдирилади.
III-босқич. Яқунловчи. (10 мин.)	3.1. Маърузанинг ҳар бир саволига умумий якуний хулоса беради.	Эшитади.
	3.2. Талабаларнинг фаоллиги баҳолаш мезонлари орқали баҳоланади.	Ўзини қизиқтирган саволлар беради.
	3.3. Уйга вазифа беради: “Молиявий ночорлик сабаблари” мавзусида эссе ёзиб келинг.	Ёзиб оладилар

**Маърузанинг технологик картаси (2-машғулот)**

<i>Иш жараёнлари вақти</i>	<i>Фаолиятнинг мазмуни</i>	
	<i>Ўқитувчи</i>	<i>Талаба</i>
I-босқич. Курсга ва мавзуга кириш (10 минут)	1.1. Машғулотнинг мавзусини эълон қилади, ўқув машғулотининг мақсад ва вазифаларини тушунтиради.	ЎУМ га Қарайдилар
	1.2. Ҳар бир талабага мавзу бўйича тарқатма материалларни тарқатади.	Тарқатмаларни кўриб чиқади.
II-босқич. Асосий (60 минут)	2.1. Экранга БББ жадвали ва у билан ишлаш қоидалари чиқарилади. БББ жадвалини ишчи дафтарларга кўчириб олишни талаб қилади. Маъруза режасига асосланган ҳолда иккинчи устунни тўлдиришни вазифа қилиб беради (1-илова).	БББ жадвалини чизиб олади. Маъруза режасига асосан иккинчи устунни тўлдиради.
	2.2. “Инсерт” техникасидан фойда-ланилган ҳолда, маърузада белги-ланган белгилар асосида талабаларга қуйидаги саволларга жавоб беришни таклиф қилади: 1) Нимани улар билишади? (яъни мустақил гапириб бера олишади) 2) Нима тушунарсиз бўлиб қолди ва ўзлаштирилмади? 3) Қандай қўшимча маълумот талаб қилинади? Юқоридагилардан келиб чиқиб, учинчи ва тўртинчи устунни тўлдириш таклиф этилади, таянч сўзларнинг тартиб рақамлари қўйиб чиқилади (2-илова)	Учинчи ва тўртинчи устун тўлдирилади.
	2.3. Блиц-сўров орқали бир неча жавоблар тингланади ва жуфт-жуфт бўлиб ишлашни таклиф қилади.	Натижаларни ўқийди.
	2.4. Талабаларнинг жавобларини умум-лаштириб, жуфт-жуфт бўлиб ишлаш учун топшириқлар беради: 1) БББ жадвалининг тўртта усту-нидаги жавобларни таҳлил қилинг; 2) ўзлаштирилмаган саволларни умумлаштинг; 3) биргаликда манбалардан жавоб-лар излаб топинг; 4) жавоб беришга тайёргарлик кў-ринг;	Топшириқни бажаради. Жавоб беради.
	2.5. Жавоблар тинглаб бўлингач, слайдлар ёрдамида ўқув машғулотининг ёритилмаган қисмлари тушунтирилади (3-илова).	Тинглайдилар. ЎУМ га Қарайдилар
	2.6. Таянч ибораларга қайтилади, тала-балар иштирокида улар яна бир бор такрорланади. БББ жадвалининг, бешинчи устунни тўлдиришни айтиб ўтади.	Ҳар бир таянч ту-шунча ва иборалар-ни муҳокама қилади. Жадвал тўлдирилади.
III-босқич. Яқунловчи. (10 мин.)	3.1. Маърузанинг ҳар бир саволига умумий якуний хулоса беради.	Эшитади.
	3.2. Талабаларнинг фаоллиги баҳолаш мезонлари орқали баҳоланади.	Ўзини қизиқтирган саволлар беради.
	3.3. Уйга вазифа беради: “замонавий корхоналарда зарарсизликни таъминлаш муаммолари” мавзусида эссе ёзиб келинг.	Ёзиб оладилар

**“Инсерт” техникасининг қоидаси:**

1. Матнни ўқиб чиқинг.
  2. Олинган маълумотларни диққат билан ўрганиб, соҳаларга ажратинг.
- Қалам билан ҳар бир қаторга қуйидаги белгиларни қўйиб чиқинг:
- V – биламан;
  - Қ – янги маълумот;
  - – билганларимга зид;
  - ? – мени ўйлантирмоқда.

**БББ техникасининг қоидаси.**

1. “Инсерт” техникасидан фойдаланилган ҳолда матнни ўқиб чиқинг.
  2. Олинган маълумотларни индивидуал соҳаларга ажратинг.
- Қалам билан қўйилган белгилар асосида БББ жадвалини тўлдириш.

**1-ўқув топширик**  
**БББ жадвали**

№	Мавзу саволлари	Биламан	Билишни истайман	Билиб олдим
1	2	3	4	5
1.	Даромад ва харажатларни режалаштириш			
2.	Даромад ва харажатлар баланси			
3.	Корхонанинг пул оқимлари, башорат баланси ва зарар кўрмаслигини режалаштириш			
4.	Зарарсизлик нуқтасини ҳисоблаш			

2-илова(11.2.)

**Иборалар асосида визуал материаллар**

1. *Маҳсулотни сотишдан олинувчи ялпи фойда*, маҳсулот сотишдан келиб тушган соф тушум билан сотилган маҳсулотнинг ишлаб чиқариш таннархи ўртасидаги фарқ сифатида аниқланади:

**ЯФ қ ССТ - ИТ,**

бу ерда: ЯФ – ялпи фойда;

ССТ – сотишдан келиб тушувчи соф тушум;

ИТ – сотилган маҳсулотнинг ишлаб чиқариш таннархи;

2. *Асосий фаолиятдан кўрилган фойда* - маҳсулот сотишдан олинувчи ялпи фойда билан вақт харажатлари ўртасидаги фарқга бошқа даромадлар қўшилади ва асосий фаолиятнинг бошқа харажатлари (зарар) айирилади:

**АФФ қ ЯФ - ДХ + БД - БЗ,**

бу ерда: АФФ –асосий фаолиятдан олинган фойда;

ДХ – давр харажатлари;

БД – асосий фаолиятнинг бошқа даромадлари;

БЗ - асосий фаолиятдан кўрилган бошқа зарарлар;

3. *Умумхўжалик фаолияти натижасидан фойда (ёки зарар)*, қуйидагича ҳисобланади: асосий фаолиятдан олинувчи фойда миқдорига молиявий фаолият даромадлари қўшилади ва молиявий фаолият бўйича харажатлар айирилади.

**УФ к АФФ + МД - МХ,**

бу ерда: УФ- умумхўжалик фаолияти натижасидаги фойда;

МД – молиявий фаолият даромадлари;

МХ - молиявий фаолият харажатлари;

4. *Солиқ тўланмасдан олдинги фойда* - умумхўжалик фаолиятидан олинувчи фойдага фавқулдда фойда кўшилади ва фавқулдда харажатлар (зарар) айирилади.

**СТФ к УФ + ФП - ФЗ,**

бу ерда: STF - солиқ тўланмасдан олдинги фойда;

ФП - фавқулдда вазиятларда олинган фойда;

ФЗ - фавқулдда вазиятларда кўрилган зарар;

5. *Йиллик соф фойда*, солиқлар тўлангандан сўнг хўжалик субъекти тасарруфида қолади, солиқ тўланмасдан олдинги фойдадан даромад (фойда) солиғи ҳамда қонунчиликда белгиланган бошқа солиқ ва мажбурий тўловларни чиқариб ташлаш йўли билан топилади:

**СФ к STF - ДС - БС,**

бу ерда: СФ – соф фойда;

ДС – даромад (фойда) солиғи;

БС – бошқа солиқ ва тўловлар.

## Даромад ва харажатлар баланси

№	Кўрсаткич номи	Сумма (минг сўм)
1	2	3
<b>Даромадлар ва пул тушумлари</b>		
1	Маҳсулот, иш ва хизматларни сотишдан олинувчи фойда	
2	Бошқа активларни, хусусан, моддий заҳира ва номоддий активларни сотишдан олинувчи фойда	
3	Асосий воситаларни сотишдан олинувчи фойда	
4	Бошқа корхоналардаги улушлардан олинувчи фойда	
5	Акция, облигация ва бошқа қимматли қоғозлардан олинувчи фойда	
6	Валюта курсидаги фарқлар, ким ошди савдоларида валюта сотиш ёки сотиб олишдан олинувчи даромад	
7	Асосий воситаларни тўлиқ тиклаш учун амортизация ажратмалари	
8	Узоқ муддатли банк ссудалари	
9	Лизинг бўйича мулк қийматидан юқори ижара тўлови	
10	Айланма воситаларнинг ўсишига ссуда	
11	Бошқа даромадлар ва пул тушумлари	
	Жами даромадлар ва пул тушумлари	
<b>Харажатлар ва пул ажратмалари</b>		
1	Фойда солиғи	
2	Мулк солиғи	
3	Акциядорларга берилувчи дивидендлар	
4	Капитал қўйилмалар (узоқ муддатли инвестиция)	
5	Узоқ муддатли молиявий қўйилмалар	
6	Узоқ муддатли ссудалар ва улар бўйича фоизларнинг тўланиши	
7	Айланма воситаларнинг ўсиши	
8	Айланма воситаларнинг ўсишига берилувчи ссудаларнинг тўланиши	
9	Товарларни арзонлаштириш	
10	Умидсиз қарзларни тўлаш заҳираси	
11	Жамғарма фондига ажратмалар	
12	Бошқа харажат ва ажратмалар	
	Жами харажат ва ажратмалар	

Зарарсизлик нуқтаси корхонанинг ишлаб чиқариш қувватларидан фойдаланишнинг маълум бир даражаси сифатида ифодаланиши мумкин:

$$B \times Q \leq X_{\text{доим.}} + X_{\text{ўзг.}} \times Q$$

Бу ерда: **B** - маҳсулотни сотиш баҳоси;

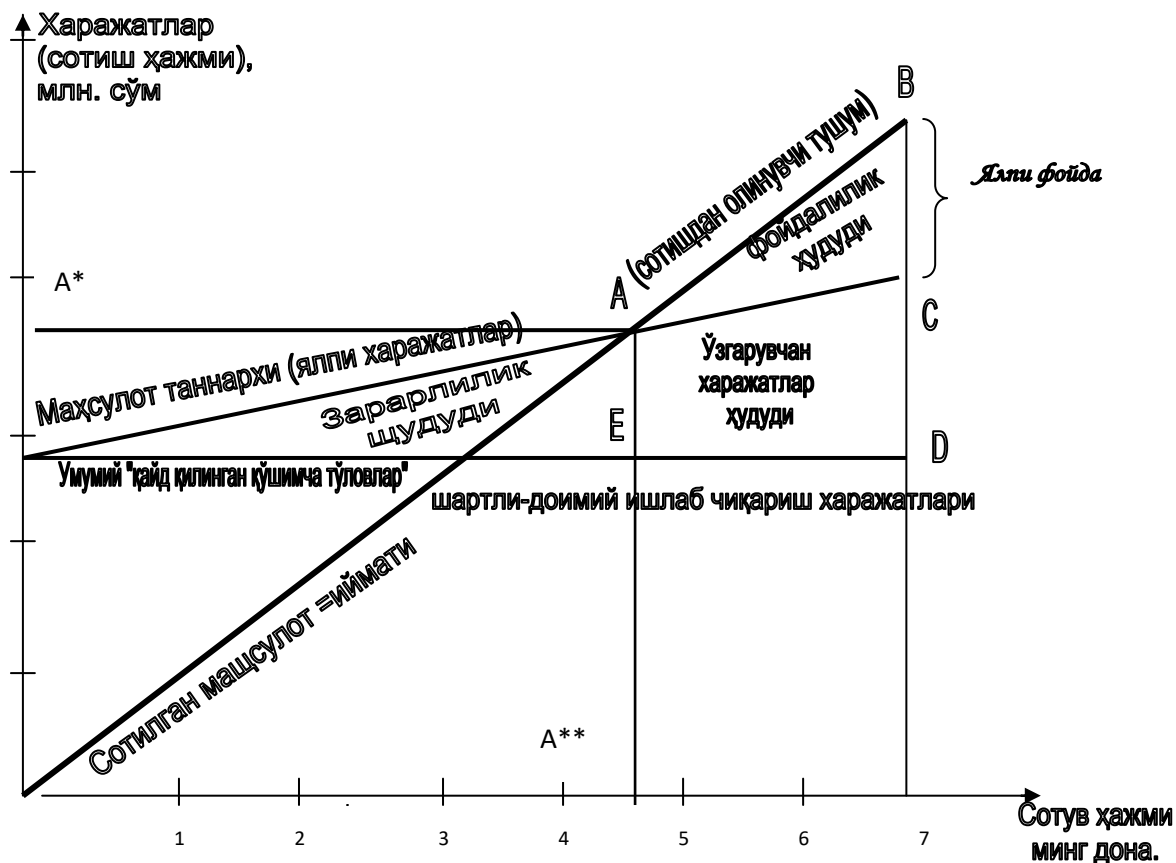
**Q** - сотилган маҳсулотлар миқдори;

**X<sub>доим.</sub>** - жами ишлаб чиқариш ҳажмининг доимий харажатлари;

**X<sub>ўзг.</sub>** - ўзгарувчан харажатлар.

Бундан келиб чиққан ҳолда зарарсизлик нуқтаси доимий ишлаб чиқариш (**X<sub>доим.</sub>**) харажатларининг баҳо (**B**) ва маҳсулот таннархининг ўзгарувчан (**X<sub>ўзг.</sub>**) таркиби ўртасидаги фарққа нисбати сифатида аниқланади

$$Q = X_{\text{доим.}} / (B - X_{\text{ўзг.}})$$



Зарарсизлик нуқтасини аниқлашнинг график усули.

(**A** - зарарсизлик нуқтаси – критик дастур, яъни кассада нақд пул тўплана бошлайдиган ишлаб чиқариш ва сотув ҳажми; **A\*** - ишлаб чиқариш зарарсизлик нуқтасига чиққандаги маҳсулот сотиш ҳажми; **A\*\*** - сотув ҳажмининг зарарсизлик катталиги).

## 8.2. Амалий машғулотни олиб бориш технологияси

<b>Талабалар сони: 20-50га</b>	<b>Вақти: 4 соат</b>
<b>Машғулот шакли</b>	Билимларни чуқурлаштириш ва мустах-камлашга қаратилган амалий машғулот.
<b>Маъруза режаси</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Молиявий режанинг моҳияти ва асосий бўлимлари</li> <li>2. Корхонанинг молиявий иқтисодий ҳолатини баҳолаш.</li> <li>3. Даромад ва харажатларни режалаштириш</li> <li>4. Корхонанинг пул оқимлари, башорат баланси ва зарар кўрмаслигини режалаштириш</li> <li>5. Зарарсизлик нуқтасини ҳисоблаш</li> </ol>
<b>Машғулотнинг мақсади</b> “Корхонанинг молиявий режаси” бўлимини ишлаб чиқиш ҳақида тушунчаларни мустаҳкамлаш ва билимларни чуқурлаштириш.	
<p style="text-align: center;"><b>Педагогик вазифалар:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Молиявий режанинг моҳияти ва асосий бўлимлари билан таништириш.</li> <li>• Корхонанинг молиявий иқтисодий ҳолатини баҳолашни тушунтиради.</li> <li>• Даромад ва харажатларни режалаштиришни тушунтиради.</li> <li>• Корхонанинг пул оқимлари, башорат баланси ва зарар кўрмаслигини режалаштириш асосларини тушунтиради.</li> <li>• Зарарсизлик нуқтасини ҳисоблашни ўргатади.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Ўқув фаолияти натижалари:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Молиявий режанинг моҳияти ва асосий бўлимлари ҳақида тушунча бера оладилар.</li> <li>• Корхонанинг молиявий иқтисодий ҳолатини баҳолашни тушунтириб берадилар.</li> <li>• Даромад ва харажатларни режалаштиришни тушунтириб бера оладилар.</li> <li>• Корхонанинг пул оқимлари, башорат баланси ва зарар кўрмаслигини режалаштириш асосларини тушунтириб бера оладилар.</li> <li>• Зарарсизлик нуқтасини ҳисоблашни биладилар.</li> </ul>
<b>Ўқитиш усуллари ва техника</b>	Топшириқлар – амалий ишлаш учун, баҳс-мунозара, «Конверт» ва «Қандай» техникаси.
<b>Ўқитиш воситалари:</b>	Маъруза - матни, манбаалар, адабиётлар, доска, бўр.
<b>Ўқитиш шакллари</b>	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
<b>Ўқитиш шарт-шароити</b>	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
<b>Мониторинг ва баҳолаш</b>	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

**Амалий машғулотнинг технологик картаси(1-машғулот)**

<i>Иш жараёнлари вақти</i>	<i>Фаолиятнинг мазмуни</i>	
	<i>Ўқитувчи</i>	<i>Талаба</i>
I-босқич. Мавзуга кириш (10 минут)	1.1. Ўқув машғулоти мавзуси, мақсад ва вазифаларини айтади (амалий маш-ғулотни ўтказишда олдиндан топшириқ ва вазифалар беради).	Амалий машғулотга тайёргарлик кўриб келади.
	1.2. Таълим жараёни интерфаол усуллар орқали амалга оширишини эълон қилади. Талабаларни доира ёки тўртбурчак шаклида столлар атрофида икки гуруҳга бўлади.	Ихтиёрий равишда икки гуруҳга бўлинади.
II-босқич. Асосий (60 минут)	2.1. «Конверт» техникасидан фойда-ланилган ҳолда ҳар бир гуруҳ навбат билан конвертга солинган топшириқ-ларни олади (1-илова).	Топшириқни кўриб чиқиб, саволларга жавоб беради.
	2.2. Топшириқларга тайёргарлик кў-риш учун 3 минут, жавоб бериш учун эса 7 минут беради.	Регламентга риоя қилади.
	2.3. Гуруҳларга топшириқларни бажариш учун ёрдам беради, уларни баҳолаш мезонлари билан таништиради (3-илова), бахс-мунозарани бошқариб боради. Зарур ҳолларда аралашади ва керакли томонга йўналтиради.	Фаол қатнашадилар.
	2.4. Гуруҳларнинг жавобларини тинглаб, уларни баҳолайди.	Ўз фикрларини эр-кин билдирадилар.
	2.5. Гуруҳларга «Қандай?» техникасидан фойдаланилган ҳолда: «Корхонанинг тўловга қобиллиги ва амалий фаоллиги аниқлашда қандай кўрсаткичлардан фойдаланиш керак?» деб савол билан мурожаат қилади (2-илова).	Мустақил диаграммани ҳар бир гуруҳ тўлдиради.
	2.6. Топшириқларни ватман-қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишга ёрдам беради. Ягона хулоса чиқаришга кўмак беради ва ниҳоясида умумлаштиради.	Тақдимот ўтказиши. Ҳолиб гуруҳларни аниқлаб, баҳолайди.
III-босқич. Якуний (10 минут)	3.1. Иш якунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради.	Эшитади. Аниқлайди.
	3.2. Уйга бажариш учун топшириқлар беради: “Корхонанинг молиявий барқарорлиги ва бозор фаоллигини таъминлаш йўллари” мавзуси бўйича эссе ёзиб келинг.	ЎУМ га Қарайдилар

**Амалий машғулотнинг технологик картаси (2-машғулот)**

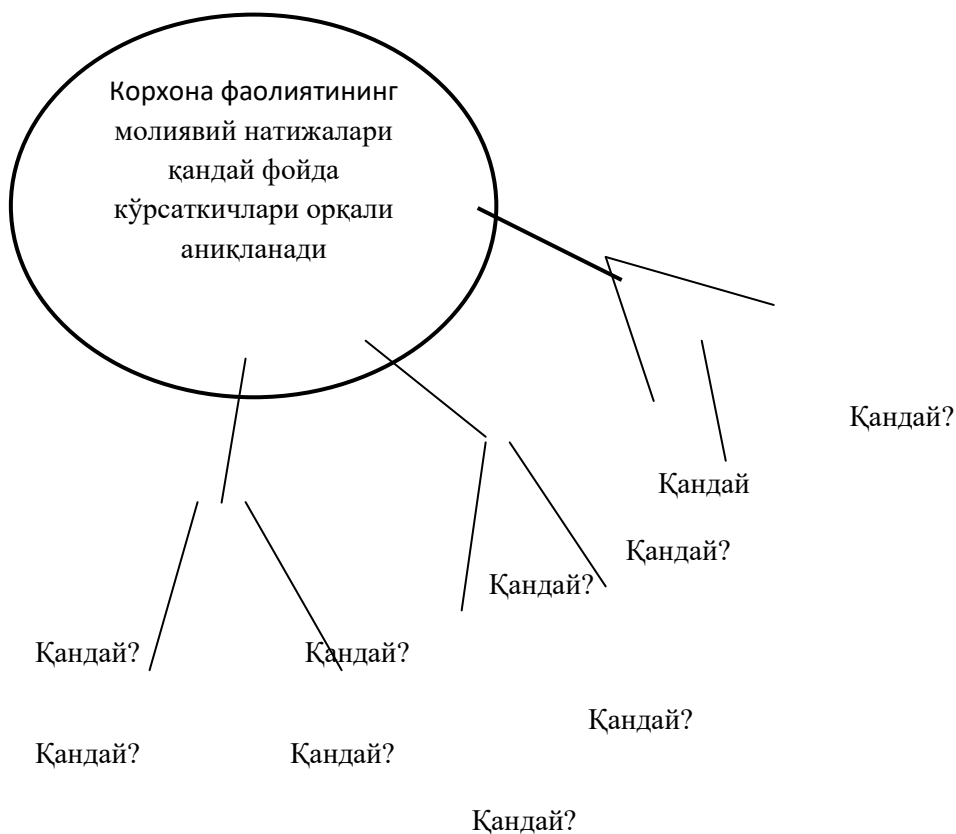
<i>Иш жараёнлари вақти</i>	<i>Фаолиятнинг мазмуни</i>	
	<i>Ўқитувчи</i>	<i>Талаба</i>
I-босқич. Мавзуга кириш (10 минут)	1.1. Ўқув машғулоти мавзуси, мақсад ва вазифаларини айтади (амалий маш-ғулотни ўтказишда олдиндан топшириқ ва вазифалар беради).	Амалий машғулотга тайёргарлик кўриб келади.
	1.2. Таълим жараёни интерфаол усуллар орқали амалга оширишини эълон қилади. Талабаларни доира ёки тўртбурчак шаклида столлар атрофида икки гуруҳга бўлади.	Ихтиёрий равишда икки гуруҳга бўлинади.
II-босқич. Асосий (60 минут)	2.1. «Конверт» техникасидан фойда-ланилган ҳолда ҳар бир гуруҳ навбат билан конвертга солинган топшириқ-ларни олади (1-илова).	Топшириқни кўриб чиқиб, саволларга жавоб беради.
	2.2. Топшириқларга тайёргарлик кўриш учун 3 минут, жавоб бериш учун эса 7 минут беради.	Регламентга риоя қилади.
	2.3. Гуруҳларга топшириқларни бажа-риш учун ёрдам беради, уларни баҳо-лаш мезонлари билан таништиради (3-илова), бахс-мунозарани бошқариб боради. Зарур ҳолларда аралашади ва керакли томонга йўналтиради.	Фаол қатнашадилар.
	2.4. Гуруҳларнинг жавобларини тинглаб, уларни баҳолайди.	Ўз фикрларини эркин билдирадилар.
	2.5. Гуруҳларга «Қандай?» техникаси-дан фойдаланилган ҳолда: «Корхона фаолиятининг молиявий натижалари қандай фойда кўрсаткичлари орқали аниқланади» деб савол билан мурожаат қилади (2-илова).	Мустақил диаграммани ҳар бир гуруҳ тўлдиради.
	2.6. Топшириқларни ватман-қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишга ёрдам беради. Ягона хулоса чиқаришга кўмак беради ва ниҳоясида умумлаштиради.	Тақдимот ўтказади. Ғолиб гуруҳларни аниқлаб, баҳолайди.
III-босқич. Якуний (10 минут)	3.1. Иш якунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради.	Эшитади. Аниқлайди.
	3.2. Уйга бажариш учун топшириқлар беради: “Зарарсизлик нуқтасини ҳисоблаш” мавзуси бўйича эссе ёзиб келинг.	ЎУМ га Қарайдилар

1-ўқув топширик

«Конверт» техникаси учун саволлар  
(Хар бир савол конвертларга алоҳида солинади)

- 1. Даромадлар ва пул тушумлари таркиби қандай?
- 2. Харажатлар ва пул ажратмалари нима?
- 3. Корхонанинг пул оқимлари нима?
- 4. Зарарсизлик нуқтасини ҳисоблаш қандай амалга оширилади?

2-ўқув топширик  
«Қандай» организерини тўлдиринг



9-Мавзу.	<b>БИЗНЕС-РЕЖАНИНГ САМАРАДОРЛИГИНИ БАҲОЛАШ</b>
----------	--

(Маъруза – 4 соат, амалий машғулот - 4)

### 9.1. Маърузани олиб бориш технологияси

<b>Талабалар сони 20-50та</b>	<b>Вақт -4 соат</b>
<b>Машғулот шакли</b>	<b>Мавзу бўйича маъруза</b>
<b>Маъруза режаси</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вақт бўйича пул қиймати.</li> <li>2. Инфляцияни баҳолаш.</li> <li>3. Бизнес-режани амалга ошириш учун инвестициялар самарадорлигини баҳолаш кўрсаткичлари ва уларни ҳисоблаш услубияти.</li> <li>4. Реал инвестициялар самарадорлигини баҳолаш.</li> </ol>
<b>Ўқув машғулотининг мақсади</b>	<b>Бизнес-режанинг самарадорлигини баҳолаш ҳақидаги билимларни шакллантириш</b>
<p><b>Педагогик вазифалар:</b>          Вақт бўйича пул қийматини ўзгаришини тушунтиради.          Инфляцияни баҳолашнинг аҳамиятини ёритиб беради.          Бизнес-режани амалга ошириш учун инвестициялар самарадорлигини баҳолаш кўрсаткичлари ва уларни ҳисоблаш услубиятини тушунтиради.          Реал инвестициялар самарадорлигини баҳолашни ёритиб беради.</p>	<p><b>Ўқув фаолияти натижалари:</b>          Вақт бўйича пул қийматини ўзгаришини ҳисоблай олади.          Инфляцияни баҳолашнинг аҳамиятини тушунади.          Бизнес-режани амалга ошириш учун инвестициялар самарадорлигини баҳолаш кўрсаткичлари ва уларни ҳисоблаш услубиятини ўрганади.          Реал инвестициялар самарадорлигини баҳолашни амалга ошира олади.</p>
<b>Ўқитиш усуллари-техникаси</b>	Маъруза, тушунтириш, инструкция бериш, намойиш, блиц-сўров, парадокслар усули
<b>Ўқитиш воситалари</b>	Маъруза матни, тарқатма материал, компьютер слайдлари, доска
<b>Ўқитиш шакллари</b>	Фронтал, коллектив иш
<b>Ўқитиш шароити</b>	Компьютер, мультимедиа проектор
<b>Мониторинг ва баҳолаш</b>	Оғзаки саволлар, блиц-сўров

**Маърузанинг технологик картаси (1-машғулот)**

<b>Иш босқич-лари</b>	<b>Ўқитувчи фаолиятининг мазмуни</b>	<b>Тингловчи фаолиятининг мазмуни</b>
<b>1-босқич.</b> <b>Мавзуга кириш</b>  <b>(10 мин)</b>	Ўқув машғулотини мавзуси, 1,2 саволларни ва ўқув фаолияти натижаларини айтади.	Мавзу номини ёзиб оладилар
	Блиц-сўров усулида мавзу бўйича маълум бўлган тушунчаларни фаоллаштиради. Блиц-сўров натижасига кўра тингловчиларнинг нималарда адашишлари, хато қилишлари мумкинлигининг диагностикасини амалга оширади. (1-илова ) Диагностика натижаси бўйича парадокслар усули бўйича маърузасида қарама-қаршилик вазиятини юзага чиқаради.(2-илова )	Саволларга жавоб берадилар
<b>2 - босқич.</b>  <b>Асосий бўлим</b>  <b>(60 мин)</b>	2.1. 1-савол юзасидан мини маъруза қилади. (3-илова)	Мавзу режасини ёзиб оладилар. Тинглайдилар.
	2.2. Маъруза режасининг 2-саволи бўйича тушунча беради.(3-илова) Биринчи ва иккинчи саволлар юзасидан умумлаштирувчи хулоса беради.	Тинглайдилар. Тарқатма материаллар тўпламида келтирилмаган қирраларини асосий жойларни конспект қилиб борадилар.
	2.3.Таянч ибораларга қайтилади (4-илова). Талабалар иштирокида улар яна бир бор такрорланади	Ҳар бир таянч тушунча ва ибораларни муҳокама қиладилар. Конспект қиладилар.
<b>3-босқич.</b>  <b>Яқунловчи</b>  <b>(10 мин)</b>	Машғулот бўйича яқунловчи хулосалар қилади. Мавзу бўйича олинган билимларни қаерда ишлатиш мумкинлиги маълум қилади.	Саволлар берадилар
	Мавзу бўйича мустақил ўрганиш учун топшириқлар беради. (5-илова).	Мустақил ўрганиш учун топшириқларни ёзиб оладилар
	Мавзу бўйича билимларни чуқурлаштириш учун адабиётлар рўйхатини беради	Ёзадилар
	Кейинги мавзу бўйича тайёрланиб келиш учун саволлар беради	Ёзадилар

<b>Ўқув соати: 4 соат</b>	<b>Талабалар сони:</b>
<b>Ўқув машғулотининг шакли</b>	Билимларни мустақамлаш ва чуқурлаштириш (1-2-машғулотлар).
<b>Мавзу режаси</b>	1. Вақт бўйича пул қиймати. 2. Инфляцияни баҳолаш. 3. Бизнес-режани амалга ошириш учун инвестициялар самардорлигини баҳолаш кўрсаткичлари ва уларни ҳисоблаш услубияти.

	4. Реал инвестициялар самарадорлигини баҳолаш.
Бизнес-режанинг самарадорлигини баҳолаш	тўғрисидаги назарий билимларини мустаҳкамлаш ва чуқурлаштириш.
<p><b>Педагогик вазифалар:</b>  Вақт бўйича пул қийматини ўзгариши ҳақидаги назарий билимларни чуқурлаштириш;  Инфляцияни баҳолашда бажариладиган вазифаларни ўргатиш;  Бизнес-режани амалга ошириш учун инвестициялар самарадорлигини баҳолаш кўрсаткичларини аниқлашни ўргатиш;  Реал инвестициялар самарадорлигини баҳолашни ўргатиш;</p>	<p><b>Ўқув фаолиятининг натижалари:</b>  Вақт бўйича пул қийматини ўзгаришини ҳисоблашни тушунтиради;  Инфляцияни баҳолашнинг аҳамиятини тушунади;  Бизнес-режани амалга ошириш учун инвестициялар самарадорлигини баҳолаш кўрсаткичлари ва уларни ҳисоблаш услубиятини ўрганади;  Реал инвестициялар самарадорлигини баҳолашни амалга оширишни ўрганади;</p>
<b>Таълим методлари</b>	Амалий, суҳбат, тезкор-сўров
<b>Таълим воситалари</b>	Маъруза матни, формат қоғозлари, маркерлар, скотч, компьютер, ўқув материаллари
<b>Таълим шакллари</b>	Жуфтликларда ва гуруҳларда ишлаш.
<b>Ўқитиш шарт-шароити</b>	Техник воситалардан фойдаланиш ва гуруҳларда ишлашга мўлжалланган аудитория
<b>Мониторинг ва баҳолаш</b>	Назорат саволлари, савол-жавоб, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

« Бизнес-режанинг самарадорлигини баҳолаш » мавзуси бўйича семинар машғулотининг

**технологик харитаси (1-машғулот)**

<b>Фаолият босқичлари</b>	<b>Фаолиятнинг мазмуни</b>	
	<b>Ўқитувчининг</b>	<b>талабанинг</b>
<b>I. Кириш босқичи (15 дақиқа)</b>	1.1. Мавзунинг номи, мақсади ва режалаштирилган ўқув натижаларини эслатади. 1.2. Гуруҳлар ишини баҳолаш мезонларини эълон қилади (1-илова). 1.4. Талабаларга мавзу бўйича қўшимча материаллар тарқатади.	Тинглайдилар.
<b>II. Асосий босқич (60 дақиқа)</b>	2.1. Талабаларни фаоллаштириш мақсадида тезкор-сўров техникасини қўллаб мавзу бўйича саволлар беради: 1. Бизнес-лойиҳанинг иқтисодий самарадорлиги деганда нима тушунилади? 2. Вақт бўйича пул қандай баҳоланади? 3. Бизнес-лойиҳанинг иқтисодий самарадорлигини ҳисоблашда инфляция қандай баҳоланади? 4. Инфляция мукофоти нимани билдиради? Жавобларни диққат билан эшитади, тўлдирди, камчиликларини тўғрилайди. 2.2. Талабаларни ихтиёрий равишда 3 та гуруҳга бўлади. Ҳар бир гуруҳга топшириқ беради (2-илова). 2.3. Гуруҳларда фаолиятни ташкил қилади. Топшириқни бажаришда фақат қўшимча материалдан фойдаланиш кераклигини айтади Гуруҳларни кузатади, йўналтиради, маслаҳатлар беради.  2.4. Тақдимот бошланишини эълон қилади. Жавобларни умумлаштиради, хатоларини тузатади, хатосиз бажарилган ишларни рағбатлантиради.	Берилган саволларга жавоб берадилар.  Ихтиёрий 3 та гуруҳга бўлинадилар. Берилган қўшимча материаллар асосида ишлайдилар. Савол бўйича фикр алмашадилар, мулоҳаза қиладилар ва тайёр маълумотни формат қоғозига схемалар, жадваллар асосида туширади. Тайёр материални доскага иладилар. Гуруҳдан бир иштирокчи бажарган вазифаларини тақдим этади.
<b>III. Ўйинни олиб боришга тайёргарлик (10 минут)</b>	3.1. Мавзунинг режадаги иккита саволини умумлаштиради, хулосалар қилади. 3.2. Гуруҳлар ишини баҳолайди ва баҳоларни эълон қилади. 3.3. Мустақил вазифа учун топшириқ беради: (1) семинар машғулотининг кейинги иккита саволига қўшимча материаллар асосида тайёрланиб келиш; (2) ҳар бир талабага мавзунинг ўтилган режа саволлари бўйича тўрттадан савол тайёрлаб келиш (3-илова).	Эшитадилар.  Вазифани ёзиб оладилар.

**«БИЗНЕС - РЕЖА» фани бўйича  
масалалар ва машқлар тўплами**

**1-масала.** Замонавий иқтисод фани корхоналарни қуйидаги белгилари бўйича турларга бўлади:

1. Ишлатиладиган хом ашёнинг характери бўйича.
2. Тайёр маҳсулотнинг нима учун мўлжалланганлиги бўйича.
3. Техник ва технологик умумийлик белгисига кўра.
4. Йил давомидаги ишлаш даврига кўра.
5. Ўртача ишловчилар сонига кўра.
6. Бир турдаги маҳсулот бўйича ихтисослашуви ва ишлаб чиқариш кўламларига кўра.

7. Ишлаб чиқариш жараёнини ташкил этиш услубларига қараб, қуйида ушбу белгиларнинг таърифлари берилган:

- Йирик, ўрта ва кичик корхоналар;
- Ишлаб чиқариш воситалари ва эҳтиёж буюмлари ишлаб чиқарувчи корхоналар;
- Ихтисослашган, диверсификацион ва аралаш корхоналар;
- қазиб олиш ва қайта ишлаш саноати корхоналари;
- Йил бўйи ёки мавсумий тарзда фаолият кўрсатувчи корхоналар;
- Оқимли услуб, партиялаб ишлаб чиқариш услуби ва доналаб ишлаб чиқариш услуби кўпроқ қўлланиладиган корхоналар;
- Узлуксиз ишлаб чиқариш жараёни, дискрет ишлаб чиқариш жараёни, механик, кимёвий ишлаб чиқариш жараёни қўлланиладиган корхоналар.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Келтирилган таърифларни корхонанинг тегишли белгиларига мос тарзда ажратиш олинган;
2. қабул қилинган қарорлар асосида юқорида келтирилган белгилар бўйича корхоналарни турлича ажратиш (классификация қилиш) схемасини тузинган.

**2-масала.** Машинасозлик заводининг ташкилий тузилиши қуйидаги цехлардан иборат: қуйиш цехи, темирчи-пресслаш, модель цехи, заготовка тайёрлаш, тажриба, механик йиғув, асбобсозлик цехи, таъмирлаш-механик ва транспорт цехлари.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб этилади:**

Санаб ўтилган цехларни асосий, ёрдамчи ва хизмат кўрсатувчи бўлимларга бўлинг.

**3-масала.** Машинасозлик корхонасида қуйидаги ишлаб чиқариш бўлимлари ва уларда банд бўлган ходимлар бор:

- қуйиш цехи – 400 киши;
- темирчи-пресслаш цехи – 500 киши;
- механик – 700 киши;

- йиғув цехи – 400 киши;
- таъмирлаш-механик – 150 киши;
- энергоцех – 50 киши;
- таъмирлаш цехи – 100 киши;
- транспорт цехи – 70 киши;
- типография – 30 киши.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб этилади:**

1. Асосий ва ёрдамчи ишлаб-чиқаришда банд бўлган ишчи-ходимлар сонини аниқланг.
2. Асосий ва ёрдамчи цехларда ишловчиларининг умумий хажмдаги улушини (фоизларда) топинг.
3. Ортиқча бўлимларни йўқ қилиш учун қандай чора-тадбирлар талаб қилинади ва улар корхона иқтисодиётига қай даражада таъсир кўрсатади.

**4-масала.** Тоғ-металлургия камбинатининг таъмирлаш корхонасида қуйидаги цехлар ва ишчилар мавжуд: пўлат қуйиш цехи – 72 киши, рангли металл қуйиш цехи – 48 киши, №1-таъмирлаш-механик цехи – 106 киши, №2-тамирлаш-механик цехи – 34 киши, №3-тамирлаш-механик цехи – 52 киши, асбобсозлик – 85 киши, электркучланиш цехи - 72 киши, электр таъмирлаш – 72 киши, транспорт – 180 киши, лавозимлар учун маошлар қуйидагича белгиланган: цех бошлиқлари 72,0 минг сўм, иқтисодчилар – 48,0 минг, меъёрловчилар – 30,5 минг сўм.

Цехлардаги бошқарув ходимларининг сони қуйидагича: пўлат қуйиш цехида – 5 киши, рангли металл қуйиш – 3 киши, №1-таъмирлаш-механик цехи – 9 киши, №2-тамирлаш-механик цехи – 3 киши, №3-тамирлаш-механик цехи – 4 киши, асбобсозлик – 6 киши, электркуч цехи – 2 киши, электр таъмирлаш – 5 киши, транспорт – 9 киши.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Тоғ-металлургия камбинатининг таъмирлаш корхонасининг ишлаб чиқариш тизимини соддалаштиринг;
2. Ҳар бир цехда бир бошқарув ходимига тўғри келувчи ишчилар сонини аниқланг;
3. Корхонанинг ташкилий тизимини яхшилаш ҳисобига ойлик маош жамғармасини тежаш имкониятларини аниқланг.
4. Корхонанинг ташкилий тизими такомиллашгандан сўнг ва бундан аввалги аҳвол бўйича қиёсий схемалар тузишга уриниб кўринг.

**5-масала.** Тадбиркор ғоясига мувофиқ, нон маҳсулотлари ишлаб чиқариш бўйича кичик корхона тузиш кўзда тутилган. Ушбу лойиҳада қуйидаги кўрсаткичлар ҳисобга олинади:

1. Инвестицион лойиҳани амалга оширишдан олинадиган тушум - 116 млн сўм.

2. Тўлиқ харажатлар-25 млн сўм.

шу жумладан:

ўзгарувчан харажатлар – 14 млн сўм,

доимий харажатлар – 11 млн сўм.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб этилади:**

Ушбу лойиҳани зарасизлигини ҳисоблаб чиқинг.

**6-масала.** Автомашиналарни таъмирлаш бўйича хусусий корхона ташкил этиш режалаштирилган. Лойиҳа интеграл эффекти ( $NPV_K$ ) олдиндан ҳисоблаб чиқилган 5 та сценарийни ўз ичига олади, уларни амалга оширишнинг эҳтимоллиги коэффиценти ( $P_K$ ) келтирилган.

	$NPV_K$ (млн. сўм)	$P_K$
№1 сценарий	8,5	0,2
№2 сценарий	3,24	0,3
№3 сценарий	-0,5	0,2
№4 сценарий	2,5	0,2
№5 сценарий	-1	0,1

**қуйидагиларни ҳисоблаб чиқариш талаб этилади:**

1. Лойиҳа бўйича кутилаётган умумий интеграл эффект.

2. Лойиҳанинг самара бермаслик таваккалчилиги.

3. Лойиҳани амалга оширишдан кўрилиши мумкин бўлган зарарнинг ўртача миқдори.

4. Барча 0исоб-китобларни бир жадвалга умумлаштиринг.

**1-тест масала.** В. исмли фуқаро, ойлик маоши 50 минг сўм бўлган муҳандис лавозимидан воз кечиб, кичик корхона ташкил этди ва бунинг учун 150 минг сўм миқдоридаги шахсий жамғармасини сарфлади. Бундан ташқари у 500 минг сўм миқдорида кредит олиб, унинг 300 минг сўмини асбоб ускуналар сотиб олишга сарфлади. Агар олинган кредит бўйича йиллик фоиз 200 % ни, фуқаролар жамғармалари бўйича эса 120% ни ташкил этса, **иктисодий** ва **бухгалтерия харажатлари** миқдори қанчани ташкил этади? қуйидаги келтирилган жавоблардан тўғри вариантни танланг.

А) 1,7 млн ва 1,65 млн.

Б) 0,650 млн ва 1,5 млн.

В) 1,5 млн ва 0,5 млн.

Г) 2,43 млн ва 1,65 млн.

**7-масала.** Давлат машинасозлик заводида ишчиларнинг умумий сони 4000 кишини ташкил қилади. Уларнинг 50% йиғув цехида, механика цехида 35%, қолган қисми бошқа цехларда ишлайди. Корхонанинг штат рўйхатига кўра, йиғиш цехида ҳар 250 кишига бир меъёрловчи, механика цехида 100

кишига бир, таъмирлаш, тайёрлаш ва бошқа цехлар ҳар 130 кишига бир меъёрловчи ишлаш керак. Республика миқёсида амалга оширилаётган маъмурий ишловларда бошқарув ходимларининг 22 %га қисқартириш кўзда тутилган.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Заводда керак бўлган меъёрловчилар сонини аниқланг.
2. Ходимларининг 22 %га қисқартирилгандан сўнг меъёрловчиларнинг завод бўйича сонини аниқланг.

**8-масала.** Нефтни қайта ишлаш заводида 22 та цех фаолият кўрсатади, улардан 4 таси – асосий. Саноат ишлаб чиқариш ходимларининг рўйхат бўйича ўртача кўрсаткичи – 5802 кишини ташкил этса, улардан 5007 киши ишчилардир. Корхонанинг бутун меҳнат жамоаси йиллик маош жамғармаси – 6,1 млрд. сўм. Заводнинг маъмурий ҳаражатлари бир йилда 3,5 млн. сўмни ташкил этди.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Заводнинг бошқарув ходимлари сони;
2. 22 фоизлик қисқартиришдан сўнг заводнинг бошқарув ходимлари сони қанчани ташкил этади;
3. Бошқарув ходимларини қисқартириш ҳисобига меҳнатга ҳақ тўлаш жамғармасини тахминан қанчага тежаб қолиш мумкин.

**9-масала.** Корхонада муҳандис-боқарув меҳнатини механизациялаш даражаси қуйидаги жадвалда келтирилган жадвалдаги маълумотлардан иборат.

Кўрсаткичлар	Механизациялаш даражаси, йиллар бўйича.	
	Ҳисобот йили	Аввалг и йилда
1. Тайёрланган техник ҳужжатлар сони, минг дона, шу жумладан механизациялашган усул билан бажарилган	197 50,2	180 -
2. Ҳисоб-китоб ишлари, операциялар сони, млн. шулардан механизациялашган усул билан	300 142	270 70
3. Алоҳида рисоаларда тўпланган ҳужжатлар сони, минг дона, шу жумладан механизациялашган усул билан	20 30	28 10
4. Ушбу ишларни бажаришда банд бўлган ишчи-ходимларнинг умумий сони, киши. Шу жумладан: Техник ҳужжатлар тайёрлашда Ҳисоб-китоб ишларида Ҳужжатларни алоҳида рисоаларга ажратиш	300 80 200 20	340 90 220 30

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Ҳисобот ва ундан аввалги йилларда бошқарув ишларининг механизациялаш даражасини аниқланг.

2. Кўриб чиқиладиган даврларда бошқарув ишларининг механизациялаш даражаси қандай ўзгаришини аниқланг.

**10-масала.** Ер ости усули билан конларни қазिशга ихтисослашган тоғ корхонасида 2004 йил ишлаб чиқариш унумдорлиги умумий ҳисобда йилига 352 минг м<sup>3</sup> қум бўлган 6 та шахта ишларди. 2005 йил охирида захиралар ишланиб бўлинган муносабати билан 2 та шахта йўқ қилинади; уларнинг ўрнига замонавий асбоб-ускуналар билан жиҳозланган ва иш самарадорлиги эски шахталардан ўртача уч баробар ортиқ бўлган битта янги шахта очилади.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Корхонанинг 2004-2005 йилларда қазиб олиш ҳажми.

2. 2 та шахта йўқ қилингандан сўнг, уч йил давомида қазиб олиш ҳажми қандай бўлади?

3. Янги шахтанинг ишга туширилишидан бошлаб кейинги 3 йил давомида қазиб олиш ҳажми қандай?

4. Корхонанинг 2006-2010 йилларда умумий қазиб олиш ҳажми, шу жумладан ҳар йилга алоҳида.

**11-масала.** Завод бўйича жорий апрель ойига қуйидаги маълумотлар мавжуд (млн.сўм).

1. Ялпи маҳсулот .....465
2. Ишлаб чиқарилган ярим фабрикатлар .....124  
бундан четга сотилгани .....32
3. Корхонанинг четга кўрсатган хизматлари .....24
4. Яқунланмаган ишлаб чиқариш қолдиғи:  
ой бошига ..... 186  
ой охирига .....157

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Товар маҳсулот ҳажми.

2. Тайёр маҳсулот ҳажми.

**12-масала.** Машинасозлик корхонаси фаолиятини қуйидаги жадвалда келтирилган маълумотлар тавсифлайди (млн.сўм):

Цехлар	Маҳсулот ишлаб чиқаришнинг умумий ҳажми	Маҳсулот ишлаб чиқаришнинг умумий ҳажмидан			Тугалланмаган ишлаб чиқариш қолдиғи	
		Бошқа цехларга берилган	Капитал қурилишга йўналтирилган	Четга сотишга ажратилган	Йил бошига	Йил охирига
Йиғиш цехи	400	-	-	400	60	50
Механик цех	900	200	-	100	30	25
қуйиш цехи	120	100	-	20	8	5
Темирчи преслаш цехи	150	100	-	50	4	5
Асбобсозлик цехи	60	15	10	35	5	8

<b>Жами</b>	<b>1630</b>	<b>415</b>	<b>10</b>	<b>605</b>	<b>107</b>	<b>93</b>
-------------	-------------	------------	-----------	------------	------------	-----------

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Ялпи маҳсулот ҳажми.
2. Товар маҳсулот ҳажми.

**13-масала.** Ҳисобот йилида корхона 400 млн. сўмлик маҳсулот тайёрлаб сотди, 20 млн. сўмлик асбоб-ускуналар тамирлаш ишларини бажарди, буюртмачи хом ашёсидан 45 млн. сўмлик маҳсулот ишлаб чиқарди (шу жумладан буюртмачи хом ашёси баҳоси 28 млн. сўм), керакли асбоблар тайёрлаб, уларни асосий воситалар ҳисобига 12 млн. сўм деб киритиб қўйди. Тугалланмаган ишлаб чиқариш қолдиғи йил бошига 30 млн. сўм, йил охирига 15 млн. сўм. Ҳисобот йили бошида омордаги тайёр маҳсулот қолдиғи ва харидорга етказилган, бироқ ҳақи тўланмаган товарлар 25 млн. сўмлик, ҳисобот йили охирида 17 млн. сўм.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:** товар, ялпи ва сотилган маҳсулот ҳажми қанча?

**14-масала.** Нефтни қайта ишлаш заводи бўйича қуйидаги кўрсаткичлар мавжуд.

Кўрсаткичлар	Улгуржи нарх сўм/т	Ишлаб чиқарилган маҳсулот, минг тонна		
		Аввалги йил	Ҳисобот йили	
			Топширикда	Амалда
1. қайта ишланган хом-ашё - Жами Шу жумладан: Нефть Яримфабрикатлар (четдан келтирилган)		8700	9100	9500
	120	8300	8550	8900
	150	400	550	600
2. Ишлаб чиқарилган маҳсулот жами шу жумладан: АИ-93 бензини АИ-76 бензини АИ-72 бензини Керосин Дизел ёқилғиси Ўз эҳтиёжлари учун ишлатиладиган ёқилғи Талофатлар (йўқотишлар)	-	7830	8235	8615
	360	200	250	270
	320	800	900	985
	300	1570	1630	1565
	180	105	180	160
	200	195	205	200
		670	665	685
		200	200	200

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

қуйидаги омилларнинг маҳсулот ишлаб чиқариш бўйича олинган мажбуриятни бажаришга таъсири қандай?

1. Нефтни қайта ишлаш ҳажмининг ўзгариши;
2. Сотиб олинadиган яримфабрикатлар ҳажмининг ўзгариши;
3. Хом ашёдан нефть маҳсулотлари чиқишининг ўзгариши;
4. Ишлаб чиқарилаётган нефть маҳсулотлари турларининг ўзгариши.

**Самарадорликни баҳолаш бўйича шартли мисол** (кейинчалик масала ечиш учун мушоҳада юритишни машқ қилишга мўлжалланган).

№1– завод жорий йилда 1 млн. сўмлик даромад, №2 –завод эса 10 млн. сўм даромад олди. қайси завод самаралироқ ишлаган?

- 1) №2 –завод самаралироқ ишлаган.
- 2) Бу саволга жавоб беролмайман, чунки маълумотлар етарли эмас.

Жавоб бериш учун даромаднинг абсолют катталигини таққослашнинг ўзи етарли эмас. Бунинг учун заводларнинг ўлчамларини билиш ва рентабеллик даражасини - фойданинг ишлаб чиқариш фондларига нисбати сифатида ҳисоблаб чиқиш зарур бўлади.

Ана шу қўшимча маълумотларни келтириб, уларни жадвалга жойлаштирамиз.

	фойда млн. сўм	Ишлаб-чиқариш фондлари. млн. сўм	Рентабеллик даражаси, %
№1 завод	1	5	-
№2 завод	10	60	-

Рентабеллик даражасини ҳисоблаб чиққач, шуниси аён бўладиги, гарчи 2- завод 10 баробар кўпроқ фойда олган бўлсада, унинг рентабеллик даражасини №1 – заводга қараганда пастроқ экан.

№1-заводдаги каби рентабеллик даражасига эга бўлиш учун №2 – завод қанча фойда олиши кераклигини аниқланг. Ўйлаб кўринг: самарадорлик – абсолют кўрсаткичми, ёки нисбийми?

**15-масала.** Корхона ишлаб чиқаришни автоматик тарзда бошқариш (АСУП) тизимини жорий қилди. Корхонанинг ушбу тизимни жорий қилишдан аввалги ва кейинги кўрсаткичлари қуйида келтирилган.

	Жорий қилинган	Ундан сўнг
Сотилган маҳсулотнинг йиллик ҳажми, минг сўмда	80000	81500
1 сўмлик сотилган маҳсулотга кетган харажатлар, сўм.	0,90	0,89
Маҳсулотни сотишдан олинган фойда, минг сўм	1100	-
Капитал харажатлар, минг сўм	-	260

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

АСУП жорий қилинишининг иқтисодий самарадорлиги қандай?

**16-масала.** Корхонада ишлаб-чиқариш жараёнларини механизациялаш ва автоматлаштиришнинг 3- варианты яратилди. Бунда капитал харажатлар бўйича кўрсаткичлар (К) ва маҳсулот ишлаб чиқаришнинг йиллик ҳажми таннархи (С) қуйидагича (минг сўм)

1- вариант –  $K_1$ 1250;  $C_1$ 7550

2- вариант -  $K_2$ 1850;  $C_2$ 6950

3- вариант -  $K_3$ 2050;  $C_3$ 6550

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

$E_n$ 0,15 бўлганда энг самарали (мақсадга мувофиқ) вариант қайси бири бўлади?

**17-масала.** Оқимли (потокли) ишлаб чиқаришга ўтиш натижасида машинасозлик заводининг цехида меҳнат унумдорлиги 2004 йилда 2003 йилга нисбатан 14%га, ишчиларнинг ўртача ойлик маоши – 6,7%га ошди. Цехнинг товар маҳсулоти таннархи ҳисобот бўйича 708,6 минг сўм, иш ҳақи фонди– 284,7 минг сўмни ташкил этди.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

**Меҳнат унумдорлигининг ўсиши цех маҳсулоти таннархининг даражасига қандай таъсир кўрсатади?**

**18-масала.** Нефтни қайта ишлаш заводи олтингугуртли дизель ёқилғиси ўрнига олтингугурти кам бўлган ёқилғи ишлаб чиқаришга ўтади. Ишлаб чиқаришнинг йиллик ҳажми кўрсаткичлари ва бошқа кўрсаткичлар қуйидаги жадвалда келтирилган.

Кўрсаткичлар	Дизель ёқилғиси	
	Олтингу- гуртли	Кам олтингу- гуртли
Йиллик и/ч ҳажми, минг сўм	-	1250
1 тонна маҳсулот таннархи, минг сўм	75,0	-
1 тонна маҳсулот таннархининг ортиши, %	-	5,4
Маҳсулот ишлаб чиқаришга солиштирма капитал қуйилмалари, минг сўм	18,4	34,7
Истеъмолчининг иш бирлигига ёқилғи сарфланишининг солиштирма кўрсаткичи, тонна (100 т. км)	9	7,6
Нефть маҳсулоти сарфи бирлигига кетган истемолчининг харажати, минг сўм/тонна	13,2	11,4
Нефть маҳсулотларини сарфи бирлигига истемолчининг сарфлаган қўшимча харажатларнинг солиштирма кўрсаткичи, минг сўм/т	21,6	20,4

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади: Кам олтингургуртли дизель ёқилғисини яратиш ва ишлаб чиқаришдан олинадиган йиллик иқтисодий самара қандай бўлади?**

**19-масала.** Корхона 1995 йилда улгуржи нархда 360 минг сўмга асбоб-ускуналар сотиб олди, транспорт ва монтажга ҳаражатлар 14 минг сўмни ташкил этди. 2004 йилда ўтказилган инвентаризация чоғида асосий фондларни қайта баҳолаш ўтказилди ва асбоб ускуналарнинг нархи 325 минг сўм миқдорида белгиланди. Асбоб ускуналардан фойдаланиш даврида 500 минг сўм миқдорида амортизация тўловлар йиғилди, капитал таъмирлашга ҳаражатлар эса 220 минг сўмни ташкил этди.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:** асбоб-ускуналарнинг тиклаш ва қолдиқ қийматини топинг.

**20-масала.** Йил бошига кичик корхонанинг асосий фондлари бошланғич қиймати 200 млн. сўмни ташкил этди. Апрель ойида 1,9 млн. сўмлик, июнда эса 1,5 млн. сўмлик, ноябрда 4,4 млн. сўмлик асосий воситаларни ишга тушириш режалаштирилган. Март ва апрель ойида 1,1 ва 1,7 млн. сўмлик асосий воситалар ишдан чиқиш кўзда тутилган.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Асосий воситаларнинг ўртача йиллик қиймати.
2. Асосий воситалар йил охирига қиймати.
3. Асосий воситаларнинг ишдан чиқиш коэффиценти.
4. Асосий воситаларнинг янгиланиш коэффиценти.

**21-масала.** Тоғ-кон корхонаси узлукли йиллик режимда, ҳафтасига бир кун дам олиб ишлайди. Тозалаш конлари бир кеча-кундузда уч сменада ишлайди, бир смена 6 соат давом этади. Комбайн (асосий тоғ ускунаси) амалдаги ўртача иш вақти ҳисобот йилида 4150 соатни ташкил этди. Йил давомида комбайннинг капитал таъмирлашнинг меъёрий давомийлиги 22 кундан иборат.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Комбайн тақвимий (календарли), режимли ва режали иш вақти фондини.
2. Тақвимий, режимли ва режали ишлаш вақти фондига нисбатан комбайннинг экстенсив юкланиш коэффиценти.

**22-масала.** Корхона уч сменада иш юритади. Май ойида биринчи сменада 5800 одам-кун, иккинчи сменада 400 одам-кун, учинчи сменада 3200 одам-кун ишланган корхонадаги иш жойлари сони 250 та.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Сменалик коэффиценти.
2. Узлуксизлик коэффиценти.
3. Иш жойларидан фойдаланиш коэффиценти.

**23-масала.** 1-машинасозлик заводида асосий ишлаб чиқариш фондларининг ўртача йиллик қиймати 100 млн. сўмга тенг; йиллик ялпи маҳсулот ишлаб чиқариш 220 млн. сўмни, йиллик фойда эса 6 млн. сўмни ташкил этади.

2-машинасозлик заводида эса санаб ўтилган кўрсаткичлар 80, 168 ва 4 млн. сўмни ташкил этади.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Фонд сифими ва фондга қайтиш ҳамда асосий фондларнинг ҳар 1 сўмига тўғри келадиган даромадни аниқланг.

2. қайси заводда асосий ишлаб чиқариш фондлардан яхшироқ фойдаланиганлигини аниқланг.

**24-масала.** Цехнинг иш марома йилига 256 кун, кунига икки сменада, бир сменанинг ўртача давомийлиги – 8 соат. Станокларни режали таъмирлашга сарфланган вақт – 2%. Цехда 40 та станок ўрнатилган ва ишлайди. Маҳсулот бирлигини тайёрлаш учун 30 дақиқа керак. Йиллик маҳсулот тайёрлаш дастури 80 минг донадан иборат.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:** цех қуввати ва асбоб-ускунларнинг бандлик коэффиценти қанча?

**25-масала.** Тўқимачилик цехида йил бошида 400 та станок ўрнатилган. Апрель ойида яна 6 та янги станок ўрнатилиши, 1-августда эса 10 таси ишдан чиқиши кўзда тутилган. Ҳар бир станок 1 соатда 4 м газлама ишлаб чиқариш қувватига эга. Цехнинг иш мароми: йилда 250 кун, кунига 2 смена, ҳар сменанинг ўртача давомийлиги – 8 соат. Ишчилар томонидан белгиланган меъёр (норма)ларни бажаришнинг режали фоизи – 107. Йилига газламалар ишлаб чиқариш дастури 7000 м.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:** тўқимачилик цехининг ишлаб чиқариш қуввати ва ундан фойдаланиш фоизи қандай?

**26-масала.** Цехнинг умумий майдони  $832 \text{ м}^2$ . Бир дона маҳсулотни йиғиш учун керак бўлган майдон –  $104 \text{ м}^2$ . Бир дона маҳсулот йиғиш вақти – 48 соат. Цехнинг иш мароми – йилда 248 кун, ҳар бири 8 соатлик 2 сменада ишлайди. Ишлаб чиқариш дастури йилига – 640 дона маҳсулот.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:** цех қуввати ва ишлаб чиқариш қувватидан фойдаланиш коэффиценти.

**27-масала.** Ҳисобот йилида корхонанинг айланма маблағлари 1282,9 млн, сўмни ташкил этди.

Шу жумладан (млн. сўм):

- хом ашё, материаллар ва сотиб олинadиган яримфабрикатлар – 33,1;
- ёрдамчи материаллар – 205,3;
- ёқилғи – 3,7;
- эҳтиёт қисмлар – 45,9;

- қиммати паст ва тез эскирадиган буюмлар – 177,1;
- идишлар – 2,6;
- тугалланмаган ишлаб чиқариш – 24,1;
- келгуси давр ҳаражатлари – 270,2;
- тайёр маҳсулот – 181,5;
- ҳаридорга жўнатилган товарлар – 167,2;
- ҳисоб-китоблардаги маблағлар – 31,4;
- пул маблағлари – 21,0;
- қолганлари – 121,8.

**қўйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Корхона айланма маблағларининг структураси.
2. Нормалаштириладиган ва нормалаштирилмайдиган айланма маблағларнинг ҳажми ва солиштирма оғирлиги қанча?
3. Ишлаб чиқариш ва муомалада бўлган айланма маблағларнинг катталигини аниқланг.
4. Бажарилган ҳисоб-китоблар жадвалини тузинг.

**28-масала.** Тоғ корхонасининг қазиб олиш ишлари дастурида йил давомида 14,5 млн. тонна тоғ массасини қазиб олиш кўзда тутилган. Йил чораклари бўйича у қўйидаги кўринишга эга:

- 1-чорак – 3.5 млн. тонна
- 2-чорак – 3.3 млн. тонна
- 3-чорак – 3.8 млн. тонна
- 4-чорак – 3.9 млн. тонна

Портлатувчи моддалар (ПМ)нинг солиштирма сарфи – 1 кг тоғ массасига ўртача 0.25 кг ни ташкил этади. ПМ етказиб беришлар ўртасидаги вақт оралиғи 15 кунга тенг. ПМни жўнаб кетиш бекатидан белгиланган бекатга етиб келиш вақти – 8 кун. ПМлар бўйича ҳисоб-китоб ҳужжатларини расмийлаштириш ва тўловни амалга оширишга 3 кун вақт кетади. ПМнинг суғурта заҳираси корхонанинг 3 кеча-кундузлик эҳтиёжига тенг. 1кг ПМнинг нархи 300 сўм.

**қўйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. ПМнинг суткалик сарфи қанча?
2. Айланма маблағларнинг нормативи қандай?

**29-масала.** Завод учун белгиланган йиллик ишлаб чиқариш дастурининг ҳажми 12000 дона маҳсулотдан иборат. 1 дона маҳсулот учун хом-ашё сарфи – 4 кг. Йилнинг охирига хом-ашё заҳираси – 23 кунни ташкил этади. Режалаштириладиган йил бошига амалдаги хом-ашё заҳираси – 200 кг.

**қўйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Режалаштириладиган йил охирига ўтувчи хом-ашё қолдиғи қанча?
2. Режалаштириладиган йилда зарур хом-ашё етказиб бериш миқдори қанча?

**30-масала.** Корхона бўйича қуйидаги маълумотлар мавжуд:

- Маҳсулот сотишнинг йиллик ҳажми – 80 млн. сўм
- Айланма маблағларнинг ўртача йиллик миқдори – 5.4 млн. сўм.

Тегишли чора тадбирлар кўрилгандан сўнг айланма маблағларнинг бир бор айланиш муддати бир неча кунга қисқарди.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Айланма маблағларнинг бир марта айланиш муддати амалда қанча?

2. Агар амалда айланма маблағлар қолдиғи:

- 1 апрел ҳолатига - 280 минг сўм
- 1 майга - 360 минг сўм
- 1 июнга - 330 минг сўм
- 1 ноябрга - 380 минг сўмни ташкил этган бўлса, айланма

маблағларнинг ўртача қолдиғи 2- кварталда қанча бўлади?

**31-масала.** Корхона бўйича қуйидаги маълумотлар берилган:

Маҳсулот сотиш ҳажми (минг сўм)

Ҳисобот йилида – 553400

Режа бўйича – 5682200

Ҳисобот йилида айланма маблағлар нормативи (меъёри) (минг сўм) – 18340.

Айланма маблағларнинг бир бор айланиб чиқиш муддати режа бўйича – 14 кун.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Маблағарнинг бир бор айланиб чиқиш муддати амалда неча кун?

2. Ҳисобот йилида ва режа бўйича айланишлар сони.

3. Режа бўйича кўзда тутилган айланма маблағларнинг йиғиндиси.

4. Маблағ айланишининг тезлатишлари боис озод этилган айланма маблағлар миқдори қанча бўлади?

**32-масала.** Ҳисобот йилида корхона 10780 минг сўм миқдори маҳсулот ишлаб чиқариб, сотишни кўзда тутган эди. Амалда эса бу кўрсаткич 15760 минг сўмни ташкил этди. Корхона айланма маблағларининг ўртача йиллик қолдиғи қуйидаги жадвалда келтирилган:

Айланма маблағлар	Ўртача йиллик сумма (қолдиқлар), минг сўм	
	<i>Башорат қилинган</i>	<i>Амалдаги</i>
Хом ашё ва асосий материаллар	1600	1700
Ёрдамчи материаллар	110	130
Ёқилғи	500	500
Яқунланмаган ишлаб чиқариш	1900	2100
Тайёр маҳсулот	850	900
Келажак даврлар учун харажатлар	100	-

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

Корхона аввалдан мўлжалланганга нисбатан қанча миқдорда (ҳажмда) айланма маблағларни бўшатган (озод этган).

**33-масала.** Корхона томонидан ишлаб чиқарилган буюмнинг соф оғирлиги 40 кг. Дастур бўйича маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми – 3000 дона материал ишлатишнинг амалдаги коэффиценти – 0,75. Технологик жараёнларнинг такомиллашуви натижасида корхона материалдан фойдаланиш коэффиценти 0,81 гача кўтариб, унинг қийматини 1 кг учун 350 дан 200 сўмгача пасайтиришни мўжалляпти.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Ҳар дона маҳсулотга моддий харажатнинг амалдаги ва мўлжалланган нормасини аниқланг.

2. Ишлаб чиқарилиши мўлжалланаётган маҳсулот тайёрлашда қанча материал тежаш мумкин.

**34-масала.** Корхонанинг ўтган йил ва режалаштирилаётган йилга ишчиларнинг ўртача рўйхат бўйича сони қуйидагича:

- Асосий ва ёрдамчи ишчилар – 310 киши.
- Муҳандис техник ходимлар (МТХ) – 30 киши.
- Хизматчилар – 20 киши.
- Кичик хизмат кўрсатувчи ходимлар (КХХ) – 6 киши.
- Ўт ўчириш-қоровуллаш хизмати – 4 киши.
- Носаоноат ходимлари – 10 киши.

Ўтган йилда меҳнат унумдорлиги корхона саноат ишлаб чиқариш ходимларидан (СИХ) ҳар кишига 121000 сўмдан тўғри келади.

Режалаштирилаётган йил бошида эскиларидан 50% га кўпроқ унумли бўлган асосий фондлар ишга туширилади. Янги фондларда ишчиларнинг 30% (шартли равишда) ишлайдилар. Натижада, режалаштирилаётган йилда, меҳнат шароитлари яхшиланиши самарасида эски асосий фондларда меҳнат унумдорлиги 10% га ортди.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Корхонанинг барча ишчи-ҳодимлари, шу жумладан, саноат ишлаб чиқариш ходимларининг ўртача рўйхат сонини аниқлаш.

2. Ҳисобот ва режа йилида маҳсулот ҳажми қанча бўлади.

3. Режалаштирилаётган йилда маҳсулот ўсиши абсолют катталиқда ва фоизларда қандай бўлади.

**35-масала.** Нефтни қайта ишлаш заводи ҳисобот йилини қуйидаги кўрсаткичлар билан яқунланади.

Маҳсулот	Ишлаб чиқариш ҳажми, минг тонна		Маҳсулотнинг 1 тоннаси нархи, минг сўм.
	Режа бўйича	Амалда	

Бензин	1500	1550	320
Керосин	620	630	185
Дизель			
ёқилғиси	2500	2600	170
Мазут	3200	3200	145

Корхона ишчиларининг ўртача рўйхат сони режа бўйича 2760 киши, амалда 2710 кишини ташкил қилади. Келаси йилга (башорат) бензин ишлаб чиқариш ҳажмини 15% га, керосинни 10% га, дизель ёқилғисини 6% га, мазутни 8% га қўпайтириш режалаштирилаяпти.

Бунда кўрсатилган маҳсулот нархи қуйидагича ортиш лозим:

- Бензин – 15 сўмга;
- Керосин – 10 сўмга;
- Дизель ёқилғиси - 10 сўмга;
- Мазут – 6 сўмга.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Ҳисобот йилида меҳнат унумдорлигининг ўзгариши.
2. Режалаштирилаётган даврда ишлаб чиқариш ҳажми ортиши ва маҳсулот нархи ўзгаришини ҳисобга олган ҳолда меҳнат унумдорлигининг ўзгариши қандай бўлади?

**36-масала.** Ишлаб чиқаришга янги асбоб-ускуналар жорий этилиши натижасида меҳнат унумдорлиги 3% га ортди. Ишни илмий ташкил этиш чоралари туфайли иш вақтидан фойдаланиш 2% га яхшиланди. Бунда иш ҳажми ва ишчилар сонининг ортгани боис уларнинг меҳнат жамоасидаги умумий улуши 1,2% га ортган.

қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади: меҳнат унумдорлигининг умумий ўсиши қанча бўлади?

**37-масала.** Меҳнат унумдорлигини ошириш бўйича ўтказилган чора-тадбирлар натижасида машинасозлик заводининг йиғиш цехида 23 киши озод бўлди. Ушбу чоралар кўрилмаганда режадаги иш ҳажмини бажариш учун 350 киши керак бўлади.

қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади: меҳнат унумдорлигининг ўсиши қанча бўлган?

**38-масала.** Корхонанинг штат рўйхати бўйича ишчилар сони 1950 кишини ташкил этган. Ташкилий-техник чора-тадбирлар дастурида қуйидагилар кўзда тутилган:

- Ишлаб чиқаришда тузилмавий ўзгаришларни амалга ошириш.
- Ишлаб чиқаришнинг техник даражасини юксалтириш.
- Бошқарувни, ишлаб чиқариш ва меҳнатни ташкил этишни такомиллаштириш.
- Ишлаб чиқариш ҳажмини ўзгартириш.
- Янги қувватларни ишга тушириш ва ўзлаштириш.
- Тармоқларга оид бошқа омиллар.

Юқоридаги омиллар натижасида меҳнатдан озод бўлган ишчилар сони 75 кишини ташкил этади, жумладан, юқоридаги бандлар бўйича тегишли равишда 26, 44, 12, 7, 9, 5 киши озод бўлган.

қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:

1. Ҳар бир омил бўйича меҳнат унумдорлигининг ўсиши (ўзгариши).
2. Умуман корхона бўйича меҳнат унумдорлиги қандай ўзгарган (омиллар йиғиндиси бўйича).

39-масала. Йирик машинасозлик заводи цехининг ишчилари сони 500 киши. Меҳнат унумдорлигининг ортиши 1,04% ни ташкил этди.

қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади: меҳнат унумдорлигининг ортиши натижасида қанча ишчи озод бўлди?

40-масала. Заводнинг саноат ишлаб чиқариш ходимларининг маош фонди ҳар йилга 850 млн. сўм миқдорида белгиланган. Амалда эса маош фонди йилиги 925 мл. сўмни ташкил этди. Товар маҳсулот ишлаб чиқариш дастури 107,9% га бажарилган. Режали маош фондини меъёрга солиш кўрсаткичи – 0,6%.

қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:

Маош жамғармаси бўйича натижа (тежалиш ёки меъёрдан ортиқ харажат) қандай?

41-масала. Нон маҳсулоти ишлаб чиқариш заводида меҳнат самарадорлиги ва унга ҳақ тўлаш бўйича қуйидагича кўрсаткичлар юзага келган:

Кўрсаткичлар	Базис йилнинг чорагида	Ҳисобот йилидаги чорақлар натижалари			
		1	2	3	4
Бир ишчига ўртача ойлик иш ҳақи, минг сўм					
• Режа	30	33	34	37	36
• Амалда	-	33	38	39	37
Бир ишчининг ўртача ойлик унумдорлиги					
• Режа	3000	3210	3335	3486	3420
• Амалда	-	3150	3380	3300	3480

қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:

1. Ишлаб чиқариш самарадорлигининг ортиши ва ўртача маош ортиши ўртасидаги меъёрий нисбат қандай?

2. Меҳнат унумдорлиги ва иш ҳақининг режа бўйича ва амалдаги ўсиш суръатлари қандай?

Ҳисоб-китоблар натижаларини жадвалга тўпланг.

42-масала. Механик цехда 100 та яримавтомат агрегатлар ишлапти. Цех 3 сменада, умумий дам олиш ва байрам кунларига риюя қилган ҳолда ишлайди. Бир ишчи 4 та агрегатга хизмат кўрсатади. Иш вақтининг номинал фонди ( $\Phi_{ивн}$ ) – 263 соат, амалдагиси ( $\Phi_{ива}$ ) – 230 соат.

қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:

Агрегатларга тўлиқ хизмат кўрсатиш учун қанча ишчи керак бўлади?

43-масала. Корхона мураккаб маҳсулот ишлаб чиқаради. Уни тайёрлашда меҳнат сиғими ва ишчиларнинг тегишли тоифалар (разрядлар) бўйича соатлик ставкалари қуйидаги жадвалда келтирилган.

Кўрсаткичлар	Тоифалар				
	1	2	3	4	5
Маҳсулот ишлаб чиқаришда меҳнат сарфи, норма-соат	300	600	900	400	270
Ўртача соат ставкаси, сўм	41,8	45,5	50,3	55,7	62,8

Иш ҳақининг соат фондигача бўлган тариф фондига қўшимча тўловлар – 20%, Иш ҳақининг кундалик ойлик фондигача соат фондига қўшимча тўловлар – 3%, ойлик (йиллик) маош фондигача кундалик фондга қўшимча тўловлар – 7%.

қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:

Корхонанинг асосий ишчиларига соатлик, кундалик ва ойлик маош фондларини ҳисоблаб чиқаринг.

44-масала. Асосий даврда корхонанинг маош фонди 2700 минг сўмни, товар маҳсулотининг ҳажми – 15800 минг сўмни ташкил этди. Янги (режадаги) йилда товар маҳсулот ҳажми 17000 сўмга етказилди, бунда меҳнат унумдорлиги 5% га, ўртача маош эса 2,5% га ортади.

қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:

Корхонада режадаги маош фондини ҳисоблаб чиқаринг.

45-масала. Корхона 880 млн. сўм ҳажмда маҳсулот ишлаб чиқарди, бунда хом ашё ва материалларга кетган ҳаражатлар 560 млн. сўм, ойлик маошга 152 млн. сўмни ташкил этди. Цех ҳаражатлари 90 млн. сўм.

қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:

1. Ишлаб чиқарилган маҳсулот таннархи.
2. Маҳсулот 1 сўмига ҳаражатлар қанча бўлади?

**46-масала.** Режалаштирилаётган даврда заводда автомобиллар учун мўлажалланган аккумуляторлардан 17 минг дона, тормоз колодокмаридан 600 минг дона ишлаб чиқарилади. Режалаштирилаётган йилда бир аккумуляторнинг таннархи жорий йилдаги 17,2 минг сўмга нисбатан 15,8 минг сўмни, тормоз колодкаларининг таннархи эса тегишли равишда 8,8 ва 10,2 минг сўмни ташкил этади.

қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:

1. Режадаги тежамкорлик қандай бўлган?

2. Режалаштирилаётган йилда маҳсулот таннархи неча фоизга пасаяди?

**47-масала.** Корхона бўйича қуйидаи маълумотлар мавжуд: режалаштирилаётган йил бошига сотилмаган маҳсулот қолдиғи (минг сўмда):

корхонанинг улгуржи нархларида - 500;

ишлаб чиқариш таннархида - 450.

Йиллик режадаги товар маҳсулот ишлаб чиқариш:

корхонанинг улгуржи нархларида - 6700;

тўлиқ таннарх бўйича - 5800,

Режалаштирилаётган йил охирида кутилаётган сотилмаган маҳсулот қолдиғи (башорат):

корхонанинг улгуржи нархлари бўйича - 480;

ишлаб чиқариш таннархи бўйича - 460.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:** режалаштирилаётган йилда товар маҳсулотини сотишдан олинadиган фойда қанча бўлади?

**48-масала.** Корхонанинг умумий фойдаси 1 йилда 5400 минг сўмни ташкил этди. Шу жумладан, ёрдамчи хўжалигидан олинган фойда 130 минг сўмни, халқ истеъмол молларини сотишдан олинган фойда 40 минг сўм. Асосий ишлаб чиқариш фондларининг ўртача йиллик қиймати 9800 минг сўм, меъёрланган айланма маблағ қиймати эса 4700 минг сўм. Банк кредити учун фоиз 50 минг сўм.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Баланс ва ҳисобий фойда қанча?

2. Умумий ва ҳисобий рентабеллик даражаси.

**49-масала.** Машинасозлик заводининг ўтган йилда ялпи маҳсулот ишлаб чиқаришга ҳаражатлари қуйидагича бўлди (минг сўмда):

• Хом ашё, асосий материаллар, сотиб олинadиган маҳсулотлар ва яримфабрикатлар - 2480

• Ёрдамчи материаллар - 412

• Четдан келтирилган ёқилғи - 110

• Энергия - 320

• Иш ҳақи - 1815

• Ижтимоий суғурта ажратмалари - 142

• Амортизация - 565

• Бошқа ҳаражатлар - 211

Йил давомида тугалланмаган ишлаб чиқаришнинг ортиши 412 минг сўмни ташкил этди. Ишлаб чиқаришдан ташқари ҳаражатлар завод таннархидан 3%ни, корхонанинг баланс фойдаси товар маҳсулотининг тўлиқ таннархидан 5% ни ташкил этган. Ишлаб чиқариш фондлари (асосий ва меъёрланган айланма маблағлар)нинг ўртача йиллик қиймати 500 минг сўм.

қуйидаги шаклда ишлаб чиқариш ҳаражатлари сметасини тузиш

талаб этилади:

йилга ишлаб чиқариш ҳаражатлари сметаси

Ҳаражат элементлари	Минг сўм
Хом ашё, асосий материаллар, сотиб олинган маҳсулот ва яримфабрикатлар	
Ёрдамчи материаллар	
Четдан келтирилган ёқилғи	
Энергия	
Иш ҳақи	
Ижтимоий суғурта ажратмалари	
Амортизация	
Бошқа ҳаражатлар	
Якуний ялпи маҳсулот таннархи бўйича	
Йил давомида яқунланмаган ишлаб чиқаришнинг ортиши (айирма)	
Таннарх бўйича товар маҳсулоти	
Ишлаб чиқаришдан ташқари ҳаражатлар	
Тўлиқ таннарх бўйича товар маҳсулоти	
Улгуржи нархлар бўйича товар маҳсулоти	
Баланс фойдаси	
Ишлаб чиқариш рентабеллиги, %	

**50-масала.** Корхонанинг улгуржи нархларида маҳсулот сотишнинг йиллик ҳажми 12100 минг сўм, сотилаётган маҳсулотнинг тўлиқ таннархи 7000 минг сўм. Асосий фондлар ва меъёрланган айланма маблағларнинг ўртача йиллик қиймати 12000 минг сўм. Банк кредити учун тўлов 50 минг сўм.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:** умумий ва ҳисоблаган рентабеллик қандай бўлади?

**51-масала.** Корхона бўйича мавжуд маълумотлар қуйидаги жадвалда келтирилган.

Маҳсулот номи	Маҳсулот сотиш режаси, дона	Бир дона учун улгуржи нарх, сўм	Даромад солиғи %	Маҳсулот тўлиқ таннархи, сўм
А	1800	40	20	27,5
Б	2100	50	22	33,4

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:** режалаштирилаётган йилда корхона фойдаси қандай бўлади, А ва Б турдаги маҳсулотлар рентабеллиги (алоҳида-алоҳида).

**52-масала.** Корхона улгуржи нархларда 6620 минг сўм ҳажмида маҳсулот

ишлаб чиқарди. Ишлаб чиқариш таннархи 6040 минг сўм бўлди. Корхонанинг товар маҳсулотининг 1 сўмига ҳаражати башорат бўйича 92,3 тийинни ташкил этади.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

1. Корхонанинг товар маҳсулотининг 1 сўмига қилинган амалдаги ҳаражатлари қанча?
2. Товар ишлаб чиқаришда тежамкорлик қандай?

**53-масала.** Корхона гайка ва болт ишлаб чиқаришга ихтисослашган. Йиллик ишлаб чиқариш дастури 6250 минг дона. Ушбу буюмлар ишлаб чиқаришда 5 та станокдан фойдаланилади. Янги технология бўйича, улар ўрнига қиймати 62 минг сўм бўлган автомат ўрнатилди. Озод бўлган станоклар эса 32 минг сўм эвазига сотиб юборилди. Йиллик ишлаб чиқариш ҳажми ўзгармади.

Автомат ўрнатилгунча бир дона маҳсулот ишлаб чиқаришга (гайка билан болт) 28 сўм сарфланарди, ўрнатилгандан сўнг 17 сўм сарфланади. Янги технология жорий этилгач айланма фондларга қўшимча маблағ қўйилмалари 15 минг сўмга ортди. Бир дона маҳсулотга солиштира капитал қўйилмалар автомат ўрнатилгунча 4,5 сўм, ўрнатилгандан сўнг эса 8,5 сўмни ташкил этди. Нисбий самарадорлик коэффиценти – 0,15.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

Йиллик иқтисодий самара.

Янги технологияга киритилган сармояларнинг ўзини оқлаш муддати.

**54-масала.** Маҳсулотга технологик ишлов беришнинг 3 варианти таққосланаяпти:

1-вариант. Асбоб-ускуналарга капитал сарф ( $K_1$ ) – 100 минг сўм, маҳсулот ишлаб чиқаришнинг йиллик таннархи ( $T_1$ ) – 120 минг сўм.

2-вариант. Капитал сарф ( $K_2$ ) – 110 минг сўм, маҳсулот ишлаб чиқаришнинг йиллик таннархи ( $T_2$ ) – 115 минг сўм.

3-вариант. ( $K_3$ ) – 140 минг сўм, ( $T_3$ ) – 105 минг сўм.

Нисбий самарадорлик норматив коэффиценти – 0,20. Капитал ҳаражатларининг ўзини оқлаш меъёрий муддати – 5 йил.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:** лойиҳанинг қайси варианти келтирилган ҳаражатлар йиғиндиси ва ўзини оқлаш муддати бўйича энг маъқул бўлади?

**55-масала.** Нефтни қайта ишлаш заводида керосин хўжалигини (6 та пар қозони) янгилаш лойиҳаси ишлаб чиқилиб, амалга оширилди. Бу 1 кг. пар ишлаб чиқариш учун шартли ёқилғи сарфини 0,1045 дан 0,0977 т. гача камайтириш имконини берди. Корхонанинг лойиҳа амалга оширилгандан аввалги ва кейинги кўрсаткичлари қуйидаги жадвалда келтирилган.

Кўрсаткичлар	Лойиха жорий этилгунга	Жорий этилгандан сўнг
Йиллик ишлаб чиқариш ҳажми, минг т.	1320	1386
1 т. маҳсулот таннархи, сўм	4830	-
1 т. маҳсулот таннархининг пасайиши %	-	3,2
қўшимча солиштирма капитал қўйилмалари, сўм	-	15600
1 т. маҳсулот нархи	5425	5425

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:** пар ишлаб чиқаришнинг янги технологик жараёнларни тадбиқ этишдан олинган иқтисодий самара қандай?

**56-масала.** 1-трактор заводи цилиндр бошчаси деталлари заводда мавжуд оқимли (потокли) усулда («эски схема») тайёрланарди. Ушбу автоматик линияни ўрнатиш бўйича ҳаражатлар 213 минг сўмни ташкил этди. Бир дона деталга ишлов бериш таннархи 3215 сўм.

Шунга ўхшаш 2-заводда ҳудди шу каби цилиндр бошчалари деталларига ишлов бериш бўйича автоматик линия лойиҳалаштирилди. Уни ўрнатишга капитал ҳаражатлар 352,8 минг сўмни ташкил этди. Деталга ишлов бериш таннархи – 2657 сўм.

Асосий фондлар ва айланма маблағларга солиштирма капитал ҳаражатлар йиллик маҳсулот ишлаб чиқариш дастури 120 минг дона бўлган ҳолда автоматик линиялар жорий этилгунча 1,77 сўмни (213000 : 120000), автоматик линия жорий этилгандан сўнг эса 2,94 сўм (352800 : 120000)ни ташкил этди.

**қуйидагиларни аниқлаш талаб қилинади:**

5. Автоматик линияни тадбиқ этишдан йиллик иқтисодий самара.
6. Самарадорлик коэффиценти 0,20 бўлагнда ушбу линияни жорий этишга кетган ҳаражатлар қанча муддатда ўзини оқлайди?

**2-тест масаласи.**

2 та корхона (масалан, нон заводи) бир хил маҳсулот ишлаб чиқаради. Агар улардан бири нархларни кўтарса, истеъмолчи ўзини қандай тутати?

- а) уни истеъмол қилишни кўпайтиради;
- б) истеъмол қилишни ўзгартирмайди;
- в) уни истеъмол қилишни камайтиради;
- г) истеъмол қилишни тўхтатади.

Тўғри жавобни танланг.

## «Бизнес - режа» фанидан тест саволлари

### **Бизнес-режа деганда нимани тушиниш керак?**

\*Тадбиркорни иш режаси

Тадбиркорни мақсадлар режаси

Тадбиркорни гоёлар режаси

Корхона ва фирманинг асосий ва муҳим кўрсаткичи

### **Бозор муносабатларига утиш шароитида бизнес режа қайси корхоналар учун зарур ?**

\*Барча турдаги корхоналар учун

Янгидан ташкил қилинаётган корхоналар учун

Мавжуд корхоналар учун

### **Давлат тассаруфидаги корхоналар учун**

### **Бизнес режани тузишдан асосий мақсад нимадан иборат?**

\*Барча фаолият турларини янги шароитга мос ҳолатда режалаштириш

Бозор конъюнктураси, ундаги талаб ва тақлифни урганиш ва натижада истеъмол учун зарур бўлган маҳсулотларни ишлаб чиқиш режасини тузиш учун

Фирма хўжалик фаолиятини бозор талабларига мос равишда ҳамда керакли бўлган ресурсларни олиш имкониятига таълуқли равишда яқин ва узоқ давлатлар учун режалаштириш

Ишни тугри ташкил этиш учун

### **Бизнес режанинг асосий фазилати нимадан иборат?**

\*Барча фаолият турлари янги шароитга мос ҳолатда режалаштириш

Бозор конъюнктураси, ундаги талаб ва тақлифни урганиш ва натижада истеъмол

Фирма хўжалик фаолиятини бозор талабларига мос равишда ҳамда керакли булган ресурслар олиш имкониятига таълуқли равишда яқин ва узоқ даврлар учун режалаштириш

Фирмадаги мавжуд ички имкониятларни киритиб топиш эвазига маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмини кенгайтириш ва унинг натижасида молиявий ҳолатни яхшилаш чора тадбирларини режалаштириш

### **Бизнес режани техник-иқтисодий режалаштиришдан асосий фарқи нимадан иборат?**

\*Бизнес режадаги рақамларнинг аниқлик даражаси жуда юқори

Ташкил этилаётган корхонанинг мулкчилик формаларидан келиб чиққан ҳолда фаолият турларини режалаштириш имкониятини беради

Бизнес режа ташкил этилаётган корхонанинг барча қираларини характерлайди

Бизнес режа узоқ муддатга тузилиш мумкин

### **Ҳозирги шароитда бизнес режа нечта функцияни бажаради?**

\*Уч

Тўрт

Беш

Олти ва ундан ортиқ

### **Қулай бизнес қуйдаги шартларнинг бажаришини талаб қилади?**

\*Ялпи талаб ва ялпи тақлиф тенглигини

Ялпи товарлар ва хизматлар тақлифларига нисбатан максимум фойдани

Максимум баҳони

Максимум маҳсулот ишлаб чиқаришни

**Кайд килинган пунктларининг кайси бирини сиз фирма мақсадида куришингиз мумкин?қ**

\*Нормал фойданинг таъминланиши

Харажатларнинг копланиш

Ильтисодиётдаги бандликнинг таъминланиши

Фирма товарлари ёки хизматларни харидорлар томонидан харид љилинишининг максимал фойдалилиги

**Бизнес режанинг асосий вазифаси нима?**

\*Йул куйилган хато ва камчиликларга керакли бахо бериш

Тадбиркор хужалик фаолиятини енгиллаштириш

Корхона молиявий натижаларни яхшилашга кумаклашиш

Сармоя лоихасининг келажагига системали бахо бериш

**Бизнес режани хажми ва ундан булимлар сони нимага боглик?**

\*Фаолият тури ва хусусиятлари

Мақсаднинг катта ва кичиклиги

Бизнес лоиханинг мазмуни

Тадбиркорнинг иш тажрибаси

**Бизнес режани тузишга кетадиган вақт нимага боглик?**

\*Тадбиркорнинг иш тажрибаси

Фаолият тури ва хусусиятлари

Мақсаднинг катта ва кичиклиги

Бизнес лоиханинг мазмуни

**Бизнес режани тузиш учун канча вақт сарфланади?**

\*200 соат

Бир ой

100 соат

150 соат

**Бизнес режа кандай ёзилиши керак?**

\*Аниљ ва равшан

Керакли хисоб-китобларни киритган холда

Оддий ва кенг еритилган

Тушуниш осонрок бълган

**Бизнес режанинг кайси булимида таклиф килинаётган лоиха мохияти акс эттирилади?**

\*Маркетинг режаси

Титул варакаси

Тармольлар иш холатининг тахлили

Ишлаб чильариш режаси

**Бизнес режани кайси булимида хом ашё таъминотчилари акс эттирилади?**

\*Ишлаб чильариш режаси

Маркетинг режаси

Титул варакаси

Тармольлар иш холатининг тахлили

**Бизнес режани кайси булимида ральобатчилар акс эттирилади?**

\*Маркетинг режаси

Титул варакаси

Тармольлар иш холатининг тахлили

Ишлаб чильариш режаси

**Бизнес режани кайси бълмида сотиш каналлари акс эттилади?**

\*Маркетинг режаси

Титул варакаси

Тармольлар иш холатининг тахлили

Ишлаб чиляриш режаси

**Титул варакаси тадбиркор учун нима сабабдан мухим хисобланади?**

\*Тадбиркорнинг асосий макс два вазифаси акс эттирилади

Тадбиркор ва унинг шериклари тугрисида тулик маълумот беради

Тадбиркорнинг ҳояси учун хукукни химоя килади

Тадбиркорнинг маблаҳларни олиш манбалари курсатилади

**Бизнес режани амалга оширишнинг биринчи навбатдаги максиди нима?**

\* Амалга оширишнинг барча босльичларидаги иш кулмини белгилаш

Амалга ошириш тартиб коидаларига тълк риоя льилиш

Амалга оширишнинг барча босльичларидаги ильтисодий ва молиявий хиссани анильлаш

Сарфланадиган харажатларни самарадорлик нультаи назаридан куриб чиляш

**Бизнес лоихани амалга оширишни режалаштириш нима максадда амалга оширилади?**

\*Режа тузувчилар эьтиборини жорий килиш графигининг молиявий ахамиятига каратиш

Мулжалланган ишларнинг барчасини тугри амалга ошириш учун

Жорий килиш графигининг аввал мулжалланган лоихаларга мос келиш даражасини аниклаш учун

Лойиха максидини тълри белгилаш учун

**Таклиф килинаетган лоиханинг мохияти сармоячига нимани аниклаш имконини беради?**

\*Корхона ихтисоси ва размерига

Тадбиркорнинг ъзи ва шериклари тълрисиди тълк маълумотни

Амалга оширилиш лозим бълган ишлар хажмини

Фаолият сохалари ва турларига

**Тадбиркорлик тугрисида тажриба борлиги ёки йуклиги бизнес режанинг кайси булимида акс эттиралади?**

\*Ташкилий режада

Ишлаб чиляриш режаси

Таклиф льилинаётган лоиханинг мохиятида

Маркетинг режасида

**Бизнес режанинг кайси булимини сармоячи мувоффальят гарови деб хисоблайди?**

\*Маркетинг режасида

Ташкилий режада

Молиявий режада

Таклиф льилинаётган лоиханинг мохиятида

**Корхонанинг мулк формаси бизнес режанинг кайси булимида акс эттилади?**

\*Ташкилий режада

Молиявий режада

Таклиф льилинаётган лоиханинг мохиятида

Маркетинг режасида

**Корхона вужудга келиши мумкин бўлган хав-хатарни ландай енгиши мумкин?**

\*Харакат стратегиясини ишлаб чиқади

Уни енгишга олдиндан тайёргарлик куради

Бир неча вариантли максадли дастурлар тузади

Юльори малакали маслахатчиларни ишга жалб льилади

**Хавф-хатар каердан булиши мумкин?**

\*Хамма жавоблар тўғри

Ишлаб чильариш ва маркетинг сиёсати борасидаги уз хатоларидан

Рақбар кадрларни танлашдаги хатолардан

Фан-техника таракльиётида

**Нима учун молиявий режа сармоячи нуктаи назаридан кимматга эга?**

\*Корхонанинг сармоялар иктисодий жихатдан анильланади

Зарур бўлган сармоялар ильтисодий жихатдан анильланади

Сармоячи ушбу режага караб зарур карорлар кабул килади

Бизнес режанинг бошльа бўлимларига муқим таъсир кърсатади

**Молиявий режа нечта кисмдан иборат?**

\*3

2

4

5

**Корхонанинг активлари ва пассивлари прогнози деганда нима тушунилади?**

\*Баланс режаси

Даромадлар режаси

Харажатлар режаси

Фойда режаси

**Бизнес режа нечта таркибий кисмдан ташкил топади?**

\*3

2

4

5

**Бизнес режанинг комплекслиги деганда нима тушунилади?**

\*Ундаги маълумотларнинг туликлиги

Ундаги маълумотларнинг анильлиги

Ундаги иш кулами

Ундаги вазифалар сони

**Бизнес режада кутиляётган даромадлар микдори нимага боглик?**

\*Алохида йиллар буйича махсулот ишлаб чиқариш динамикасига.

Прогнозлаштирилган даврда мулжалланаётганиш хажмига.

Мулжалланаётган зарурий чора - тадбирлар куламига.

Харидорлар талаб ва истакларини кондириш заруриятига

**Тадбиркорликда хавф-хатар неча кисмга булинади?**

\*2

3

4

5

**Тижорат хавф-хатарининг канча таснифи мавжуд?**

\*2

3

4

6

**Сиёсий хавф-хатарнинг канча таснифи мавжуд**

\*3

2

4

5

**Хавф-хатарнинг олдини олиш учун тадбиркорга нима зарур?**

\*Фукоролик ва тижорат конунчилигини билиш.

Бозорда фаолият юритиш учун керакли тажрибага эга булиши.

Сотиладиган моллар сифати хакида тулик тасовурга эга булиш.

Ракобатчилар тугрисида керакли маълумотларга эга булиш.

**Корхона фаолиятида хавф-хатарни тахлил килиш Клейнер буйича неча кисмга булинади?**

\*4

2

3

1

**Бизнес сузига оддий тушунча беринг?**

\*Бизнес - бу иш.

Бизнес - бу ташаббус.

Бизнес - бу тиришкоклик.

Бизнес - бу ижод.

**Бизнесмен - у ким?**

\*Ишчан киши.

Тадбиркор киши.

Ажойиб шерик.

Бозор иктисодиёти субъекти.

**Бизнесменнинг асосий максади булиб нима хисобланади?**

\*Даромад олиш.

Ишлаб чикарилаётган махсулот хажмини купайтириш

Ишлаб чикариш харажатларини камайтириш

Махсулот сифатини ошириш.

**Бозорнинг ривожланишини прогнозлаштириш биринчи навбатда нимани кузда тутуди?**

\*Талабни.

Таклифни.

Махсулот сифатини.

Ишлаб чикаришни кенгайтиришни.

**Бозорни прогнозлаштиришнинг мақсадга мувофиқ муддати канчани ташкил этади?**

\*4-5 йил.

1 йил.

1-2 йил.

2-3 йил.

**Бозорнинг ривожланишини характерловчи асосий курсаткич булиб нима хисобланади?**

\*Сотиш хажмлари прогнози.

Ишлаб чиқариш хажмлари прогнози.

Маркетинг тадқиқотлари прогнози.

Бозор сегментлари прогнози.

**Соф рақобат кимлар уртасида бўлади?**

\*Бир хил маҳсулот ва хизматлар ишлаб чиқарувчилар уртасида. Уртасида

Кичик корхоналар Кичик ва урта корхоналар уртасида.

Кичик ва урта корхоналар уртасида.

Бозорнинг асосий бугинларини эгалловчи монополистлар уртасида.

**Рақобатда тармоқдаги фирмалар сони канчадан ошмаслиги керак?**

\*20дан.

15 дан.

30 дан.

35 дан.

**Бозорнинг ривожланишини прогнозлаштириш биринчи навбатда нимани кўзда тутади?**

\*Талабни

Таклифни

Маҳсулот сифатини

Ишлаб чиқаришни кенгайтиришни.

**Бозорнинг прогнозлаштиришнинг маълумадга мувофиқ муддати ланчани ташкил этади?**

\* 4 - 5 йил

1 йил

2-3 йил

5-7 йил

**Бозорнинг ривожланишининг тавсифини прогнозлаштиришда нима таҳлил ўйлинади?**

\*Сотиш қажмлари

Ишлаб чиқариш қажмлари прогнози.

Маркетинг тадқиқотлари прогнози

Бозор сегментлари прогнози.

**Соф рақобат кимлар ўртасида бўлади?**

\*Бир хил маҳсулот ва хизматлар ишлаб чиқарувчилар ўртасида.

Кичик корхоналар ўртасида.

Кичик ва ўрта корхоналар ўртасида.

Бозорнинг асосий бугунларини эгалловчи монополистлар ўртасида.

**Соф рақобатда тармоқдаги фирмалар сони канчадан ошмаслиги керак?**

\*20дан.

15 дан

30 дан

35 дан.

**Ривожланган давлатларда рақобатнинг қайси тури кенг тарқалган?**

\*Нархсиз рақобат.

Нархли рақобат.

Мақсадли рақобат.

Сратегияли рақобат

**Бизнес режанинг системалиги деганда нима тушунилади?**

\*Лоиха маљсадларини аниљ белгилаш  
Уни белгиланган схема буйича изохлаш  
Зарур бълган сармояларни иљтисодий асослаш  
Лойиха вазифаларини аниљлаш

**Бизнес режани тузишни нимадан бошлаш керак?**

\*Лоиха мохиятини лъислъача изохлашдан  
Бизнес ҳояни тахлил лъилишдан  
Мулжалланган иш хажмини аниљлашдан  
Кариш кисмини ёзишдан

**Бизнес режани тузувчилар олдида турган асосий вазифа нима?**

\*Бизнес режани аниљлигини таъминлаш  
Бизнес режадаги иш куламини белгилаш  
Бизнес режани амалга оширувчи командани белгилаш  
Сармоячиларни жалб лъилиш

**Бизнес лоиханинг даромад кисми нимадан иборат?**

\*Хамма жавоблар тўғри

Бахолаш

Бозор

Сотиш

**Бизнес режани концептуал гоясиз тузиш мумкинми?**

\*Мумкин эмас

Мумкин

Шароитга боғлиқ

Фаолият характериға боғлиқ

**Концептуал гоя деганда нима тушунилади?**

\*Нима, лъачон ва ким учун ишлаб чиқиш тугрисидаги ҳояси  
Фирмани ривожланиш истиљболлари туғрисида тадбиркорни ҳояси  
Бозорнинг иљтисодий кирраларини урганиш билан боғлиқ бълган ҳоя  
Хамма жавоблар тўғри

**Кайд килинган кърсаткичларнинг кайси бири концептуал гояннинг перспективлигиға бахо беради?**

\*Бизнес режа

Устав

Тасис шартномаси

Фаолият олиб бориш учун лицензия

**Хозирги шароитда бизнес режани нечта тури мавжуд?**

\*Тўрт

Уч

Икки

Беш

**Бизнес режани силжитиш жараёни неча боскични уз ичига олади?**

\*Уч

Икки

Беш

Етти

**Тадбиркор кайси масалаларни презентацияға киритиши мумкин?**

\*лъайси масалани мухим деб топса, шуни

Сотиш билан боғлиқ масалаларни

Сармоя олиш билан боғлиқ масалаларни  
Хамма жавоблар тўғри

**Презентация нечта муҳим жабҳани узига олади?**

Етти  
Тўрт  
Уч  
Икки

**Презентацияга ажратилган вақт қанчали ташқил этади?**

\*20 минут  
30 минут  
Бир соат

Презентацияга чиқарилган масалаларга боғлиқ  
Хамма жавоблар тўғри

**Презентациянинг асосий маъсади нимадан иборат?**

\*Мумкин бўлган сармоячиларни сизга ва сизнинг командангизга ишонишга  
мажбур қилиш учун

Уз қун қобилиятингиз ва имкониятингизни мумкин бўлган самоячиларга тўлиқ  
курсата олишингиз учун

Ишлаб чиқарилиш лозим бўлган товарлар ёки хизматлар тўғрисида  
сармоячиларга етарли даражада маълумотлар бериш учун

Сизнинг қолган раёбатчиларингиздан устунлик томонларингизни маълум  
маънода курсата олишингиз учун

**Шартномаларни амалга оширишнинг принципиал схемаси неча босқични уз  
ичига олади?**

\*Уч босқични  
икки босқични  
тўрт босқични  
беш босқични

**Музоқаралар давомидаги ута муҳим вазифа бўлиб нима ҳисобланади?**

\*Сухбатдошга ёлиш ва уз томонингизга оғдира олиш

Сармоячиларда яхши тасавур қолдириш

Узингизда бўлган ишонқни қўрсата олиш

Шеригингизни қақатирувчи барча саволларга жавоб бериш

**Музоқаралар ва бизнес режа билан танишиш мобайнидаги асосий масала  
нимадан иборат?**

\*Сармоячиларда яхши тасавур қолдириш

Узингизда бўлган ишонқни қўрсата олиш

Шеригингизни қақатирувчи барча саволларга жавоб бериш

Сухбатдошга ёлиш ва уз томонингизга оғдира олиш

**Презентацияни қим олиб боради?**

\*Тадбирқорнинг узи

Қорхона менежери

Сармоячилар

Бошқарув командаси

**Нима учун бизнес режанинг нусхасини презентациягача мумкин бўлган  
сармоячиларга юбориш лозим?**

\*Улар учрашувгача у билан танишиб қилиш учун

Ривожланган давлатлардаги тартиб шуни тақозо этади

Улардан презентациягача яхши таъсурот колдириш учун

Улар билан алоълаларни яхшилаш маъсадида

**Агарда презентацияни самарали утказа олмасангиз нима бъллади?**

\*Сармоячиларда сизни фирмани самарали бошълара олишингизга шубха уйълонилади

Амалга оширмоълчи бълган ишларингизни йукка чикариши мумкин

Сизни тадбиркорлар ичидаги обруингизга сезиларли путур етиши мумкин

Хамма жавоблар тълри

**Сармоячиларда яхши таъсурот колдириш учун сиз нима эълтибор беришингиз лозим?**

\*Аккли ва ишчан киши таъсуротини курсатишингиз лозим

Улар олдида довдираб колмаслигингиз лозим

Хар сохада узингизни билимдон лилиб курсата олишингиз лозим

Турли хилда мунозаралардан узингизни четга олишингиз лозим

**Фирманинг иш маълумотлари хавсизлигини таълминлаш нима учун зарур?**

\*Нопок сармоячилардан химояланиш учун

Юз фоизли кафолатга эга бъллиш учун

Ралъобат чилардан химояланиш учун

Хамма жавоблар тълри

**Уз ходимларингиз сизни ракибларга «сотмаслиги» учун нима килиш лозим?**

\*Уларни уз бизнесингиз акционерларига айлантириш

Уларга керакли иш хаки тулаш

Улар билан хамжихат бъллиш

Хамма жавоблар тълри

**Бизнес режани амалга ошириш неча боскични уз ичига олади?**

\*уч босълч

икки босълч

тълрт босълч

Хамма жавоблар тълри

**Бизнес режани амалга ошириш канча даврни уз ичига олади?**

\*Сармоялаш тугрисида лъарор кабул килишдан тижорат ишини бошлалшгача

Бизнес режани тузи шва презентациялаш жараёнларини

Лоиха натижаларига тъллик эришишнинг тъллик муддатларини

Лоихада кузда тутилган иш куламларига ажратилган валът сони

**Бизнес режани амалга оширишнинг биринчи навбатдаги максади нима?**

\*Амалга ошириш тартиб коидаларига тъллик риоя лилиш

Амалга оширишнинг барча босълчларидаги иълтисодий ва молиявий хиссани аниъллаш

Сарфланадиган харажатларни самарадорлик нуктаи назаридан куриб чикиш

Хамма жавоблар тълри

**Бизнес лоихани амалга оширишни режалаштириш нима максадда амалга оширилади?**

\*Режа тузувчилар эълтиборини жорий килиш графигининг молиявий ахамиятига каратиш

Мулжалланган ишларнинг барчасини тългри амалга ошириш учун

Жорий лилиш графигининг аввал мулжалланган лоихаларга мос келиш даражасини аниъллаш учун

Хамма жавоблар тълри

**Лоихани жорий килиш командаси белгилашдан асосий максад нима?**

\*Жорий килиш бюджетига ва режага таълуқлилик туҳрисида кафолат бериш  
Жорий љилиш графигининг аввал мулжалланган лоихаларга мос келиш  
даражасини аниљлаш учун

Ишларни тугри ташкил этиш учун  
Хамкорликда фаолият юритиш учун

**Канча кадамлари мавжуд?**

\*3

2

4

5

**Нима сабабдан лоихада давлат рухсати зарур?**

\*Чет эл сармоялари киритилса

Давлат ахамиятига эга бълган ишлар бълса

Давлатнинг махсус эхтиёжлари учун махсулот ишлаб чикилса

Хамма жавоблар тўғри

**Битзнес режани амалган ошириш графигини тузиш нимадан бошланади?**

\*Амалга ошириш командасини шакллантиришдан

Амалга ошириш кадамларидан

Амалга ошириш босљичларидан

Хамма жавоблар тўғри

**Бизнес режани амалга оширишнинг неча кадам мавжуд?**

\*3

2

4

5

**Жорий килиш бюджетини тузишдан махсад нима?**

\*Бизнес режани жорий љилиш учун зарур бълган ресурслар кийматини аниљлаш  
учун

Бизнес режани тузиш схемани аниљлаш учун

Харажатларнинг умумий миљдори ва даражаси курсаткичларини белгилаш учун

Режалаштиришнинг муљобил усулларини аниклаш учун

Хамма жавоблар тўғри

**Ички бизнес режанинг режали курсаткичлари тартибига кандай  
курсаткичлар киритилиши лозим?**

\*Бошкарилиши мумкин ва зарур бълган кърсаткичлар

Фаолиятнинг умумлаштирилган кърсаткичлари

Хужалик фаолияти самарадорлиги кърсаткичлари

Хамма жавоблар тўғри

**Ички бизнес режанинг кайси булимида муваффаљият омиллари акс  
эттирилади?**

\*Резюме

Таъсисчилар

Концепция

Режалаштириш

**Ички бизнес режанинг хажми кандай бъллиши лозим?**

\*25 бет

10 бет

20 бет

30 бет

**Фирма нима хисобига кредитнинг љиматини таъминлайди?**

\*Тушум хисобига  
Даромад хисобига  
Фойда хисобига  
Резевлар хисобига

**Инновацион бизнес режа канча булимдан ташкил топади?**

\*12

6

8

10

**Лоиханинг кисъача шархи бълими нимани акс эттириш лозим?**

\*Фирманинг обруйини ва компитентлигини  
Фаолиятнинг максадлари ва асосий йуналишларини  
Компаниянинг жойлашиш ва унинг структурасини  
Компания нархини

**Инвестицион бизнес режани кайси бълимида нархлаштириш системаси билан бођлик бълган масалалар къриб чиъилади?**

\*Маркетинг стратегияси

Махсулот

Бозор

Менеджмент

**Молиявий сођломлаштириш режасининг кайси бълимида корхонанинг мулк формалари љърилади?**

\*Корхонанинг умумий тавсифи

Молиявий сођломлаштириш режасининг кисъача маълумоти

Корхонанинг молиявий холати тахлили

Бозор ва раъобат

**Молиявий сођломлаштириш љайси бълимида махсулотлар ва хизматлар куриб чикилади?**

\*Маркетинг сохасидаги фаолият

Корхонанинг умумий тавсифи

Молиявий сођломлаштириш режасининг кисъача маълумоти

Корхонанинг молиявий холати тахлили

Бозор ва раъобат

**Инвестицион бизнес режанинг маркетинг стратегияси бълими љанча кичик бъллимлардан ташкил топади?**

\*3

2

4

5

**Молиявий сођломлаштириш љайси бълимида давлат молиявий ёрдамини коплаш муддатлари курсатилади?**

\*Молиявий сођломлаштириш режасининг кисъача маълумоти

Корхонанинг молиявий холати тахлили

Бозор ва раъобат

Маркетинг сохасидаги фаолият

Корхонанинг умумий тавсифи

**Инвестицион бизнес режанинг молиявий режа бўлими ланча кичик бўлимлардан ташкил топади?**

\*4

2

3

5

**ROI кўрсаткичи нимани англатади?**

\*Фойданинг жалб илинган капитал нисбати

Даромадларнинг харажатларга нисбати

Активларнинг пасивларга нисбати

Балансли фойданинг активларга нисбати

**Иккиламчи маълумотлар манбаларига нима киради?**

\*Барча жавоблар тугри

Хукумат маълумотлари

Даврий маълумотлар

Китоблар, монографиялар

**Инвестицион бизнес режанинг асосий критерияси нима?**

\*Хажми

Ваът

Тадбиркор таланти

Билимлар сони

**Молиявий соҳломлаштириш режаси ланча бўлимдан ташкил топади?**

\*6; 5; 7; 8;

# **«Бизнес - режа» фани бўйича назорат учун саволлар (ЖН,ОН, ЯН)**

**Вариант № 1**

1. Корхона фаолиятига таъсир килувчи омиллар.
2. Бозор иктисодиети шароитида режалаштиришнинг урни.
3. Замонавий режалаштириш принциплари

**Кафедранинг 200\_\_ йил, \_\_ сон баённома билан тасдиқланган**

**Кафедра мудири:**

**в.б. доц. Султонов Ш.А.**

## **Самарканд иктисодиёт ва сервис институти «Бизнес режа» фанидан якуний назорат саволлари**

**Вариант № 2**

1. Бозорни тадқиқ қилиш босқичлари
2. «Ишлаб чиқариш режаси» бўлимнинг максоди ва асосий қоидалари
3. Даромад ва харажатларнинг олдиндан прогнозлаш

**Кафедранинг 200\_\_ йил, \_\_ сон баённома билан тасдиқланган**

**Кафедра мудири:**

**в.б. доц. Султонов Ш.А.**

## **Самарканд иктисодиёт ва сервис институти «Бизнес режа» фанидан якуний назорат саволлари**

**Вариант № 3**

1. Бизнес режанинг самарадорлиги мезонлари ва курсаткичлари.
2. Музоқоралар жараенида бизнес режани таклиф қилиш
3. Бизнес режани амалга ошириш жараенининг ахамияти ва зарурлиги

**Кафедранинг 200\_\_ йил, \_\_ сон баённома билан тасдиқланган**

**Кафедра мудири:**

**в.б. доц. Султонов Ш.А.**

**Самарканд иқтисодиёт ва сервис институти  
«Бизнес режа» фанидан якуний назорат саволлари**

**Вариант № 4**

1. Бозор иқтисодиети шароитида режалаштиришнинг методик асослари.
2. Айланма маблағларни тулдириш мақсадида кредитлар олиш учун бизнес режа
3. Корхона ракобатчилар фаолиятини баҳолаш.

**Кафедранинг 200\_\_ йил, \_\_ сон баённома билан тасдиқланган**

**Кафедра мудир:**

**в.б. доц. Султонов Ш.А.**

**Самарканд иқтисодиёт ва сервис институти  
«Бизнес режа» фанидан якуний назорат саволлари**

**Вариант № 5**

1. Фирманинг ички бизнес режаси.
2. «Муваффақият принципи» Янги логика мисолида.
3. Корхона ракобатчилар фаолиятини баҳолаш.

**Кафедранинг 200\_\_ йил, \_\_ сон баённома билан тасдиқланган**

**Кафедра мудир:**

**в.б. доц. Султонов Ш.А.**

**Самарканд иқтисодиёт ва сервис институти  
«Бизнес режа» фанидан якуний назорат саволлари**

**Вариант № 6**

1. Молиявий режа булиманинг мақсади ва асосий кўрсаткичлари
2. Зарурий маълумотлар олиниши лозим бўлган манбалар.
3. Инвестициялар самарадорлигини баҳолашнинг замонавий усуллари.

**Кафедранинг 200\_\_ йил, \_\_ сон баённома билан тасдиқланган**

**Кафедра мудир:**

**в.б. доц. Султонов Ш.А.**



**Самарканд иктисодиёт ва сервис институти  
«Бизнес режа» фанидан якуний назорат саволлари**

**Вариант № 10**

- 1.Узбекистонда кичик бизнесни ривожлантириш.
2. Бизнес режани амалга ошириш жараени ва кайта куриш.
3. Бизнес режани иш ҳолатининг тахлили

**Кафедранинг 200\_\_ йил, \_\_ сон баённома билан тасдиқланган**

**Кафедра мудири: в.б. доц. Султонов Ш.А.**

**Самарканд иктисодиёт ва сервис институти  
«Бизнес режа» фанидан якуний назорат саволлари**

**Вариант № 11**

1. Корхонанинг бошқаришнинг ташкилий тузилмасини белгилайдиган ташкилий тузилма ва омиллар.
2. Бизнес режани лоиханинг моҳияти
3. Корхонада режалаштиришни тизими ва режанинг турлари

**Кафедранинг 200\_\_ йил, \_\_ сон баённома билан тасдиқланган**

**Кафедра мудири: в.б. доц. Султонов Ш.А.**

**Самарканд иктисодиёт ва сервис институти  
«Бизнес режа» фанидан якуний назорат саволлари**

**Вариант № 12**

- 1.Бозор иктисодиёти, буйрукбозлик иктисодиёти ва аралаш иктисодиётининг белгилари ва фаркли томонлари.Бозор иктисодиётни хусусияти.Бизнес тамойиллари.
2. Корхонанинг ишлаб чиқариш жараени ва ишлаб чиқариш куввати
3. Фаолият турлари буйича бизнес режанинг тахминий таркибий қисмлари.

**Кафедранинг 200\_\_ йил, \_\_ сон баённома билан тасдиқланган**

**Кафедра мудири: в.б. доц. Султонов Ш.А.**

**Самарканд иқтисодиёт ва сервис институти  
«Бизнес режа» фанидан якуний назорат саволлари**

**Вариант № 13**

1. Бизнес режани мақсадли мулжаллари
2. Бизнес ва тадбиркорлик. Бизнеснинг мақсади.
3. Бизнес режа фанни роли ва аҳамияти.

**Кафедранинг 200\_\_ йил, \_\_ сон баённома билан тасдиқланган**

**Кафедра мудири: в.б. доц. Султонов Ш.А.**

**Самарканд иқтисодиёт ва сервис институти  
«Бизнес режа» фанидан якуний назорат саволлари**

**Вариант № 14**

1. Бизнес режани амалга оширишнинг ҳозирги вақтдаги аҳамияти.
2. Молиявий режанинг асосий бўлимлари
3. Бизнес режани тузиш.

**Кафедранинг 200\_\_ йил, \_\_ сон баённома билан тасдиқланган**

**Кафедра мудири: в.б. доц. Султонов Ш.А.**

**Самарканд иқтисодиёт ва сервис институти  
«Бизнес режа» фанидан якуний назорат саволлари**

**Вариант № 15**

1. Презентация самарадорлигини ошириш
2. Бизнес режани амалга ошириш графиги ва бюджетини ташкил қилиш
3. Фирманинг иш маълумотлари хатарсизлиги.

**Кафедранинг 200\_\_ йил, \_\_ сон баённома билан тасдиқланган**

**Кафедра мудири: в.б. доц. Султонов Ш.А.**

**Самарканд иқтисодиёт ва сервис институти  
«Бизнес режа» фанидан якуний назорат саволлари**

**Вариант № 16**

1. Бизнес режани амалга ошириш графигини тузиш.
2. Молиявий соғломлаштириш бизнес режаси.
3. Бизнес режани кириш қисми.

**Кафедранинг 200\_\_ йил, \_\_ сон баённома билан тасдиқланган**

**Кафедра мудири:**

**в.б. доц. Султонов Ш.А.**

**Самарканд иқтисодиёт ва сервис институти  
«Бизнес режа» фанидан якуний назорат саволлари**

**Вариант № 17**

1. Бизнес режани амалга ошириш бюджетини режалаштириш.
2. Инвестициялар самарадорлигини баҳолашнинг замонавий усуллари.
3. Инвестицион бизнес режа.

**Кафедранинг 200\_\_ йил, \_\_ сон баённома билан тасдиқланган**

**Кафедра мудири:**

**в.б. доц. Султонов Ш.А.**

**Самарканд иқтисодиёт ва сервис институти  
«Бизнес режа» фанидан якуний назорат саволлари**

**Вариант № 18**

1. Корхона фаолиятига таъсир қилувчи омиллар.
2. Бизнес режани амалга ошириш графиги ва бюджетини ташкил қилиш
3. Инвестицион бизнес режа.

**Кафедранинг 200\_\_ йил, \_\_ сон баённома билан тасдиқланган**

**Кафедра мудири:**

**в.б. доц. Султонов Ш.А.**

**Самарканд иктисодиёт ва сервис институти  
«Бизнес режа» фанидан якуний назорат саволлари**

**Вариант № 19**

1. Презентация самарадорлигини ошириш
2. Бизнес режани лоиханинг мохияти
3. Бизнес ва тадбиркорлик. Бизнеснинг максади.

**Кафедранинг 200\_\_ йил, \_\_ сон баённома билан тасдиқланган**

**Кафедра мудири: в.б. доц. Султонов Ш.А.**

**Самарканд иктисодиёт ва сервис институти  
«Бизнес режа» фанидан якуний назорат саволлари**

**Вариант № 20**

1. Бизнес режани амалга ошириш графигини тузиш.
2. «Ишлаб чиқариш режаси» булимнинг максади ва асосий коидалари
3. Фаолият турлари бўйича бизнес режанинг тахминий таркибий қисмлари.

**Кафедранинг 200\_\_ йил, \_\_ сон баённома билан тасдиқланган**

**Кафедра мудири: в.б. доц. Султонов Ш.А.**

**Самарканд иктисодиёт ва сервис институти  
«Бизнес режа» фанидан якуний назорат саволлари**

**Вариант № 21**

1. Бизнес режани амалиётга тадбиқ қилиш босқичлари
2. Бизнес режани амалга ошириш графиги ва бюджетини ташкил қилиш
3. Фирманинг иш маълумотлари хатарсизлиги.

**Кафедра мудири: в.б. доц. Султонов Ш.А.**

**Самарканд иктисодиёт ва сервис институти  
«Бизнес режа» фанидан якуний назорат саволлари**

**Вариант № 22**

1. Молиявий соғломлаштириш бизнес режаси.
2. Бизнес ва тадбиркорлик. Бизнеснинг максади.
3. Бизнес режа фанни роли ва ахамияти.

**Кафедра мудири: в.б. доц. Султонов Ш.А.**

# «Бизнес - режа» фани бўйича умумий саволлар

## Оддий саволлар

1. Бизнес режани тузилишда фойдаланиши лозим бўлган маълумотлар тавсифи.
2. Зарурий маълумотлар олиниши лозим булган манбалар.
3. Бизнес режанинг кириш қисми, лоиханинг моқияти, тармолдаги иш ҳолатининг тахлили бўлимларини тузиш тартиби.
4. Бизнес режанинг ташкилий, ишлаб чиқариш, маркетинг, молиявий режа бўлимларини тузиш тартиби.
5. Ички ва айланма маблағларни тулдириш мақсадида тузиладиган бизнес режаларнинг турлари.
6. Фирманинг ички бизнес режаси.
7. Айланма маблағларни тулдириш мақсадида кредитлар олиш учун бизнес режа.
8. Инвестицион ва молиявий соғломлаштириш бизнес режаларнинг тузилиш тартиби.
9. Инвестицион бизнес режа.
10. Молиявий соғломлаштириш бизнес режаси.
11. Бизнес режани силжитиш жараёни ҳақида тушунча. Презентация нўтказиш тартиби.
12. Презентация самарадорлигини ошириш.
13. Музоқоралар жараёнида бизнес режани таклиф қилиш.
14. Фирманинг иш маълумотлари хатарсизлиги.
15. Бизнес режани амалга оширишнинг аҳамияти.
16. Бизнес режани амалиётга тадбиқ қилиш босқичлари.
17. Бизнес режани амалга ошириш графигини тузиш.
18. Бизнес режани амалга ошириш бюджетини режалаштириш.
19. Бизнес-режа деганда нимани тушиниш керак?
20. Бозор муносабатларига утиш шароитида бизнес режа қайси корхоналар учун зарур?
21. Бизнес режани тузишдан асосий мақсад нимадан иборат?
22. Бизнес режанинг асосий фазилати нимадан иборат?
23. Бизнес режани техник-иқтисодий режалаштиришдан асосий фарқи нимадан иборат?
24. Хозирги шароитда бизнес режа нечта функцияни бажаради?
25. Қулай бизнес қуйдаги шартларнинг бажаришини талаб қилади?
26. Қайд қилинган пунктларининг қайси бирини сиз фирма мақсадида қуришингиз мумкин?
27. Бизнес режанинг асосий вазифаси нима?
28. Бизнес режани ҳажми ва ундан булимлар сони нимага боғлиқ?
30. Бизнес режани тузишга кетадиган вақт нимага боғлиқ?
31. Бизнес режани тузиш учун қанча вақт сарфланади?
32. Бизнес режа қандай ёзилиши керак?
33. Бизнес режанинг қайси булимида таклиф қилинаётган лоиха моқияти ақс эттирилади?
34. Бизнес режани қайси булимида ҳом ашё таъминотчилари ақс эттирилади?
35. Бизнес режани қайси бўлимида сотиш каналлари ақс эттирилади?
36. Титул варақаси тадбиркор учун нима сабабдан муҳим ҳисобланади?
37. Бизнес режани амалга оширишнинг биринчи навбатдаги мақсади нима?

38. Бизнес лоихани амалга оширишни режалаштириш нима максатда амалга оширилади?
39. Таклиф қилинаётган лоиханинг моҳияти сармоячига нимани аниқлаш имконини беради?
40. Тадбиркорлик тугрисида тажриба борлиги ёки йуқлиги бизнес режанинг қайси бўлимида акс эттирилади?
41. Бизнес режанинг қайси бўлимини сармоячи мувоффақият гарови деб ҳисоблайди?
42. Корхонанинг мулк формаси бизнес режанинг қайси бўлимида акс эттирилади?
43. Корхона вужудга келиши мумкин бўлган хав-хатарни қандай енгиши мумкин?
44. Хавф-хатар қаердан бўлиши мумкин?
45. Нима учун молиявий режа сармоячи нуқтаи назаридан қимматга эга?
50. Молиявий режа нечта қисмдан иборат?

### **Ўртача саволлар**

1. Корхонанинг активлари ва пасивлари прогнози деганда нима тушунилади?
2. Бизнес режа нечта таркибий қисмдан ташкил топади?
3. Бизнес режанинг комплекслиги деганда нима тушунилади?
4. Бизнес режанинг системалиги деганда нима тушунилади?
5. Бизнес режани тузишни нимадан бошлаш керак?
6. Бизнес режани тузувчилар олдида турган асосий вазифа нима?
7. Бизнес лоиханинг даромад қисми нимадан иборат?
8. Бизнес режани концептуал гоёсиз тузиш мумкинми?
9. Концептуал гоё деганда нима тушунилади?
10. Қайд қилинган курсатқичларнинг қайси бири концептуал гоёнинг перспективлигига баҳо беради?
11. Хозирги шароитда бизнес режани нечта тури мавжуд?
12. Бизнес режани силжитиш жараёни неча босқични ўз ичига олади?
13. Тадбиркор қайси масалаларни презентацияга киритиши мумкин?
14. Презентация нечта муҳим жабҳани ўзига олади?
15. Презентацияга ажратилган вақт қанчали ташўил этади?
16. Презентациянинг асосий маъсади нимадан иборат?
17. Шартномаларни амалга оширишнинг принципиал схемаси неча босқични ўз ичига олади?
18. Музоқаралар давомидаги ўта муҳим вазифа бўлиб нима ҳисобланади?
19. Музоқаралар ва бизнес режа билан танишиш мобайнидаги асосий масала нимадан иборат?
20. Презентацияни қим олиб боради?
21. Нима учун бизнес режанинг нуқсасини презентацияга мумкин бўлган сармоячиларга юбориш лозим?
22. Агарда презентацияни самарали ўтказиш олмасангиз нима бўлади?
23. Сармоячиларда яхши таъсурот қолдириш учун сиз нима эътибор беришингиз лозим?
24. Фирманинг иш маълумотлари хавсизлигини таъминлаш нима учун зарур?
25. Ўз ходимларингиз сизни рақибларга «сотмаслиги» учун нима қилиш лозим?
26. Бизнес режани амалга ошириш неча босқични ўз ичига олади?
27. Бизнес режани амалга ошириш қанча даврни ўз ичига олади?
28. Бизнес режани амалга оширишнинг биринчи навбатдаги максати нима?

30. Бизнес лоихани амалга оширишни режалаштириш нима максатда амалга оширилади?
31. Лоихани жорий қилиш командаси белгилашдан асосий максат нима?
32. Қанча кадамлари мавжуд?
33. Нима сабабдан лоихада давлат рухсати зарур?
34. Бизнес режани амалган ошириш графигини тузиш нимадан бошланади?
35. Бизнес режани амалга оширишнинг неча кадам мавжуд?
36. Жорий қилиш бюджетини тузишдан максат нима?
37. Ички бизнес режанинг режали курсаткичлари тартибига қандай курсаткичлар киритилиши лозим?
38. Ички бизнес режанинг қайси булимида муваффақият омиллари акс эттирилади?
39. Ички бизнес режанинг хажми қандай бўлиши лозим?
40. Фирма нима ҳисобига кредитнинг ўсимини таъминлайди?
41. Инновацион бизнес режа қанча булимдан ташкил топади?
42. Лоиханинг қисъача шарҳи бўлими нимани акс эттириш лозим?
43. Инвестицион бизнес режани қайси бўлимида нархлаштириш системаси билан боғлиқ бўлган масалалар кўриб чиқилади?
44. Молиявий соғломлаштириш режасининг қайси бўлимида корхонанинг мулк формалари ўзгарилади?
45. Молиявий соғломлаштириш ўйси бўлимида махсулотлар ва хизматлар қуриб чиқилади?
46. Инвестицион бизнес режанинг маркетинг стратегияси бўлими ўнча кичик бўлимлардан ташкил топади?
47. Бизнес ва иктисодиётни фарқи.
48. Бизнес режанинг лоиханинг моқияти бўлимини тузиш тартиби.
49. Бизнес режанинг тармоқдаги иш ҳолатининг таҳлили бўлимини тузиш тартиби.
50. Бизнес режанинг «Резюме» бўлими.

#### **Мураккаб саволлар**

1. Корхонанинг мулк формаси бизнес режанинг қайси булимида акс этилади?
2. Корхона вужудга келиши мумкин бўлган хавф-хатарни ўн қандай енгизиши мумкин?
3. Хавф-хатар қаердан булиши мумкин?
4. Нима учун молиявий режа сармоячи нуктаи назардан қимматга эга?
5. Молиявий режа неча қисмдан иборат?
6. Корхонанинг активлари ва пасивлари прогнози деганда нима тушунилади?
7. Бизнес режа неча таркибий қисмдан ташкил топади?
8. Бизнес режанинг комплекслиги деганда нима тушунилади?
9. Бизнес режада қутилаётган даромадлар миқдори нимага боғлиқ?
8. Тадбиркорликда хавф-хатар неча қисмга булинади?
9. Тижорат хавф-хатарининг қанча таснифи мавжуд?
10. Сиёсий хавф-хатарининг қанча таснифи мавжуд?
11. Хавф-хатарининг олдини олиш учун тадбиркорга нима зарур?
12. Корхона фаолиятида хавф-хатарни таҳлил қилиш Клейнер бўйича неча қисмга булинади?
13. Бизнес сузига оддий тушунча беринг?
14. Бизнесмен - у ким?
15. Бизнесменнинг асосий максати бўлиб нима ҳисобланади?
16. Бозорнинг ривожланишини прогнозлаштириш биринчи навбатда нимани қузда тутуди?

- 17.Бозорни прогнозлаштиришнинг мақсадга мувофиқ муддати қанчали ташкил этади?
- 18.Бозорнинг ривожланишини характерловчи асосий курсаткич бўлиб нима ҳисобланади?
- 19.Соф рақобат қимлар уртасида бўлади?
- 20.Рақобатда тармоқдаги фирмалар сони қанчадан ошмаслиги керак?
- 21.Бозорнинг ривожланишини прогнозлаштириш биринчи навбатда нимани қўзда тутди?
- 22.Бозорнинг прогнозлаштиришнинг мақсадга мувофиқ муддати қанчали ташкил этади?
- 23.Бозорнинг ривожланишининг тавсифини прогнозлаштиришда нима таҳлил қилинади?
- 24.Соф рақобат қимлар уртасида бўлади?
- 25.Ривожланган давлатларда рақобатнинг қайси тури кенг тарқалган?
- 26.Бизнес режанинг системалиги деганда нима тушунилади?
- 27.Бизнес режани тузишни нимадан бошлаш керак?
- 28.Бизнес лоиханинг даромад қисми нимадан иборат?
- 29.Бизнес режани концептуал ҳолисиз тузиш мумкинми?
- 30.Концептуал ҳоли деганда нима тушунилади?
- 31.Бизнес режани амалга оширишнинг неча қадам мавжуд?
- 32.Жорий қилиш бюджетини тузишдан мақсад нима?
- 33.Ички бизнес режанинг режалар курсаткичлари тартибга қандай курсаткичлар киритилиши лозим?
- 34.Ички бизнес режанинг қайси бўлимида муваффақият омиллари акс эттирилади?
- 35.Ички бизнес режанинг ҳажми қандай бўлиши лозим?
- 36.Фирма нима ҳисобига кредитнинг қиматини таъминлайди?
- 37.Инновацион бизнес режа қанча бўлимдан ташкил топади?
- 38.Лоиҳанинг қисъача шарҳи бўлими нима акс эттириш лозим?
- 39.Инвестицион бизнес режани қайси бўлимида нарҳлаштириш системаси билан боғлиқ бўлган масалалар қўриб қилинади?
- 40.Молиявий соғломлаштириш режасининг қайси бўлимида корхонанинг мулк формалари қўрилади?
- 41.Молиявий соғломлаштириш қайси бўлимида маҳсулотлар ва хизматлар қўриб қилинади?
- 42.Инвестицион бизнес режанинг маркетинг стратегияси бўлими қанча кичик бўлимлардан ташкил топади?
- 43.Молиявий соғломлаштириш қайси бўлимида давлат молиявий ёрдамини қўллаш муддатлари курсатилади?
- 44.Инвестицион бизнес режанинг молиявий режа бўлими қанча кичик бўлимлардан ташкил топади?
- 45.ROI курсаткичи нима ниҳоятда?
- 46.Иккиламчи маълумотлар манбаларига нима қиради?
- 47.Инвестицион бизнес режанинг асосий критерияси нима?
- 48.Молиявий соғломлаштириш режаси қанча бўлимдан ташкил топади?
- 49.Молиявий соғломлаштириш режасининг қайси бўлимида маҳсулотни сотишдан олинган фойда масалалари қўрилади?
- 50.Бизнес режанинг комплекслиги деганда

## «Бизнес - режа» фани бўйича тарқатма материаллар

### *Бизнес-режанинг резюмеси (қисқача мазмуни)*

Инвестиция лойиҳасини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш. “Star” компьютер клуби аҳолига компьютер хизматлари кўрсатиши зарур.

Ҳозирги пайтда ахборот технологияларининг роли сезиларли равишда ўсган. Шаҳарда ёшлар (талабалар, ўқувчилар ва ҳоказо) сони кўп бўлганлиги сабабли “Star” компьютер клуби оммавий бўлиши кутилади.

Лойиҳанинг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат:

- ◆ компьютерда ишлаш (Office билан);
- ◆ ўйинлар (Need for speed, Quake 3 Arena, Unreal tournament 2003, Grand theft auto 3, Star craft);
- ◆ матнни чоп эттириш;
- ◆ сканердан фойдаланиш.

Лойиҳани яратишдан мақсад аҳолининг мазкур хизмат туралрига бўлган эҳтиёжларини қондириш ва “Star” компьютер клубини ривожлантириш учун қўшимча маблағ олиш ҳисобланади.

Лойиҳани амалга ошириш учун 14 млн. сўм миқдорида капитал қўйилмалар талаб қилинади. кредитни қайтариш учун лойиҳада белгланган муддат– 1,75 йил (1 йил 9 ой). Шу давр мобайнида корхона кредит ва фойзаларни қайтаргандн сўнг 4561,4 минг сўм миқдорида фойд олади.

### *Корхонанинг тармоқдаги ва бозордаги ҳолати таҳлили*

Сотув бозорларини баҳолаш

№	Кўрсаткичлар	Корхонага энг яқин шаҳар ёки аҳоли пункти	100 км масофадаги аҳоли пунктлари	100 кмдан узоқдаги бозорлар
1	Талаб даражаси			
2	Талабни қониктириш даражаси			
3	Рақобат даражаси			
4	Маҳсулотни харид қилишга тайёр истеъмолчилар салмоғи			

#### Рақобатчиларни баҳолаш ва таҳлил қилиш

№	Рақобатчилар тавсифномаси	Асосий рақобатчилар	
		Биринчи	Иккинчи
1	Сотув ҳажми, натурал кўрсаткичлар		
2	Бозорда эгаллаган улуши, %		

3	Нарх даражаси		
4	Молиявий ҳолат (рентабеллик)		
5	Технологиялар даражаси		
6	Маҳсулдат сифати		
7	Реклама харажатлари		
8	Ташқи кўринишнинг жозибadorлиги		
9	Корхона фаолият кўрсатаётган вақт, йил		

## ***Корхонани баҳолаш***

*Корхона ва унинг рақобатчиларининг кучли ва заиф томонлари таҳлили*

Корхонани тавсифловчи омиллар	Устунлик	Камчилик	Баҳо
<i>Корхона менежменти</i> тадбиркорлик маданияти ва фалсафаси мақсадлар ва стратегиялар ходимларни рағбатлантириши тизими			
<i>Ишлаб чиқариш</i> асбоб-ускуналар ишлаб чиқариш линияларининг мослашувчанлиги ишлаб чиқаришни ривожланиш ва бошқариш сифати			
<i>Илмий тадқиқотва лойиҳалар</i> интенсивлик ва натижалар ноу-хау янги ахборот технологияларидан фойдаланиш			
<i>Маркетинг</i> сотувни ташкил қилиш сотув филиалларини жойлаштириш энг муҳим маҳсулот турларининг «хаётийлик цикли» босқичи			
<i>Кадрлар</i> ёш таркиби маълумот даражаси ходимлар малкаси ва уларнинг меҳнатини рағбатлантириш			
<i>Молия</i> ўз капитали салмоғи (капитал ва захиралар) молиявий ҳолат даражаси кредит олиш имкониятлари			

***Мазкур лойиҳанинг мақсади «Star» компьютер клубини яратишнинг иқтисодий самарадорлигини асослаб беришдир.***

Корхоналар ташкилий-ҳуқуқий шакллариининг барча афзаллик ва камчиликларини ҳисобга олган ҳолда ушбу лойиҳа учун энг мақбули – масъулияти чекланган жамият (МЧЖ) танлаб олинди.

Масъулияти чекланган жамият (МЧЖ) бир ёки бир неча шахс таомнидан таъсис этилиб, низом капитали таъсис ҳужжатларига асосан белгиланган ҳажмлар бўйича улушларга бўлинади. МЧЖ қатнашчилари унинг мажбуриятлари учун жавоб бермайди ва ўзлари киритган маблағ ҳажмида жамият фаолияти билан боғлиқ рискка учрайди.

Масъулияти чекланган жамиятининг фирма номида жамият номи ва «масъулияти чекланган» сўзлари бўлиши керак. МЧЖ қатнашчилари сони конунда белгилаб қўйилгандан ошмаслиги лозим.

Таъсисчилар томонидан имзоланган таъсис шартномаси ва низом

жамиятнинг таъсис ҳужжатлари ҳисобланади.

МЧЖнинг низом капитали қатнашчилар маблағидан ташкил топади ва кредиторлар манфаатларини кафолатловчи жамият мулкнинг минимал ҳажмини белгилаб беради. Низом капитали миқдори қонунда белгилангандан кам бўлмаслиги лозим.

**МЧЖнинг олий органи барча иштирокчиларнинг умумий мажлиси ҳисобланади. Жамият кўнгилли равишда тугатилиши ёки барча қатнашчиларнинг бир овозда қабул қилинган қарорига асосан махсус жамиятга ёки ишлаб чиқариш кооперативига айлантирилиши мумкин.**

Масъулияти чекланган жамияти қуйидаги мажбуриятларга эга:

- ◆ капиталларни бирлаштиришнинг туралридан бири бўлиб, барча аъзоларнинг жамият ишларида ҳақсан иштирок этишини талаб қилмайди;
- ◆ жамиятнинг низом капитали иштирокчилар улушига бўлинади ҳамда улар жамият қарзлари учун жавобгар бўлмайди;
- ◆ низом капитали қонунда белгилаб қўйилган миқдордан кам бўлмаслиги лозим.

МЧЖ устунликлари:

- ◆ катта миқдорда маблағларни тезлик билан тўплаш имконияти;
- ◆ МЧЖ бир шахс томонидан ташкил этилиши мумкин;
- ◆ жамият аъзолари жамиятнинг мажбуриятлари учун чекланган жавобгарликка эга бўлади.

МЧЖ камчиликлари:

- ◆ низом капитали қонунда белгиланган миқдордан кам бўлмаслиги лозим;
- ◆ МЧЖ кредиторлар учун жозибадорлиги кам, чунки жамият аъзолари жамиятнинг мажбуриятлари учун чекланган жавобгарликка эга бўлади.

МЧЖ низом капитали корхона маблағларининг умумий пул баҳосини ифодалайди. Бу кўрсаткич фирманинг имиджи ҳақида, унинг тадбиркорлик фаолияти кенглиги ҳақида далолат беради.

МЧЖ низом капитали миқдори таъсис ҳужжатлари рўйхатдан ўтказиш учун тақдим этилган пайтда 1600 евродан кам бўлмаслиги лозим. Бошланғич низом капитали таъсисчилар маблағлари ҳисобига шакллантирилади. Таъсисчилар таркиби вауларнинг пай улушлари қуйидаги жавдалда келтирилган.

1-жадвал

**Таъсисчилар таркиби ва уларнинг пай улуши**

Таъсисчилар	Пай ҳажми	
	Минг сўм	%
Киселевич Ю.В.	3000	25
Панченко Л.Г.	3000	25
Пашкевич Н.А.	3000	25
Яроцкая Н.В.	3000	25
Итого	12000	100

Янги корхонани ташкил қилишнинг дастлабки босқичида таъсисчилар таркиби белгиланиб, таъсис ҳужжатлари ишлаб чиқилади. Шу билан бирга жамият қатнашчиларининг 1-сонли умумий мажлиси баённомаси

расмийлаштирилиб, унда жамият директори ва тафтиш комиссияси раиси тайинланади. Сўнгра банкда вақтинчалик ҳисоб рақами очилиб, унга корхона рўйхатга олангандан кейин 30 кун ичида низом капиталининг камида 50% қисми ўтказилади. Корхона маҳаллий ҳокимият органларида рўйхатга олинади. Давлат рўйхатидан ўтказиш учун қуйидаги ҳужжатлар тақдим этилади:

- ◆ таъсисчиларнинг рўйхатдан ўтказиш ҳақидаги аризаси;
- ◆ корхона низоми;
- ◆ корхона тузиш ҳақидаги қарор;
- ◆ корхонани ташкил этиш ва унинг фаолияти ҳақида таъсисчилар шартномаси;
- ◆ давлат божини тўлаганлик ҳақида маълумотнома.

Давлат рўйхатидан ўтказилган ва бу ҳақда маълумотнома олингандан сўнг янги корхона ҳақидаги барча маълумотлар давлат реестрига киритиш учун махсус идораларга юборилади. Бу ерда қр ва ташкилотларнинг махсус таснифлаш кодлари берилади.

Янги корхонани яратишнинг якуний босқичида унинг қатнашчилари ўз маблағларини киритиб, банкда доимий ҳисоб рақами очадилар, корхона туман солиқ идорасида рўйхатга олинади, юмалоқ муҳр ва тўртбурчакли штампга эга бўлади. Шу пайтдан бошлаб корхона мустақил ҳуқуқий шахс сифатида фаолият кўрсата бошлайди.

### **Маҳсулотни такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари**

. «Star» компьютер клуби аҳолига хизмат кўрсатиш соҳасида фаолият кўрсатади. Клуб қуйидаги хизмат тураларини кўрсатади:

- ❖ компьютерда ишлаш (Office)
- ❖ ўйинлар
- ❖ матнни чоп этириш
- ❖ сканердан фойдаланиш.

#### **Хизмат мезонлари:**

- ишончлилик (фирманинг ўз ваъдасини аниқ ва ўз вақтида бажариш хусуситини белгилайди)
- Доступность (мижознинг хизмат кўрсатиш учун узоқ вақт кутиб қолмаслигини тавсифлайди)
- хавфсизлик (мазкур хизмат мижоз учун хавф туғдирмаслигини баҳолайди)
- ишонч (хизмат кўрсатувчи фирма ёки шахсларга қанчалик ишониш мумкинлигини кўрсатади)
- мижозни тушуниш (фирманинг ўз мижозларини таниш ва

уларнинг эҳтиёжларини тушунишга қаратилган ҳатти-ҳаракатларини баҳолайди).

Кўрсатилаётган хизмат сифатини оширишга хизмат кўрстаиш стандарти – мижозларга хизмат кўрсатишда ыажариш мажбурий бўлган, амалга оширилувчи барча операцияларнинг белгиланган сифат даражасини кафолатлаши лоим бўлган чора-тадбирлар мажмуини ишлаб чиқиш ва унга сўзсиз амал қилиш йўли билан эришилади. Хизмат кўрсатиш стандарти қуйидаги мезонларга эга: мижозларга хизмат кўрсатиш вақти; шикоят ва эътирозлар билан ишлаш тизими; офисда реклама-ахборот воситаларининг мавудлиги; телефон орқали кутиш вақти; тўлов тартиби ва ҳоказолар.

#### Товарнинг кучли ва заиф томонлари

№	Товарнинг кучли ва заиф томонларини ўрганишда саволнинг қўйилиши	Кучли томон	Заиф томон
1	Сизнинг маҳсулот йўналтирилган бозор сегментини аниқлай оласизми?		
2	Мижозлар сўровларини ўрганиб чиққанмисиз?		
3	Сизнинг маҳсулот (хизмат) мижозлар учун қандай афзалликлар ҳады эта олади?		
4	Маҳсулотингизни мўлжалланган истеъмолчилар томон самарали етказиб бера оласизми?		
5	Сизнинг маҳсулот (хизмат) бошқа ишлаб чиқарувчилар маҳсулоти (хизмати) билан қуйидагилар бўйича рақобатлаша оладими: сифати, ишончилиги, эксплуатация ва бошқа товар тавсифномлари бўйича; нарх; тўловни рағбатлантириш; тарқатиш жойлари;		
6	Сизнинг маҳсулот (хизмат) ҳаётийлик дарининг қайси босқичида эканлигини тушунасизми?		
7	Янги маҳсулот турларига доир ғояларингиз борми?		
8	Турли-туманлик ва маънавий эскириш даражаси нуқтаи назаридан мувофиқлаштирилган маҳсулот (хизмат) ассортиментига эгамисиз?		
9	Мижозлар сўровларига асосан маҳсулот модификациясини мунтазам амалга оширасизми?		
10	Янги маҳсулот яратиш сиёсатини қўллаб турасизми?		
11	Сизнинг маҳсулот (хизмат) рақобатдошлар томонидан нусха кўчириб олиними мумкинми?		
12	Ишлаб чиқариш ғояларингиз мос келувчи савдо ва фабрика маркалари, патенларга эгами?		
13	Харидорларнинг эътироз ва шикоятларини кузатиб борасизми?		
14	Харидорлар томонидан эътироз ва шикоятлар сони камайяптими?		

## **«Star» компьютер клуби сотув бозори таҳлили ва маркетинг стратегияси**

Маркетинг тадқиқотлари натижасида кўрсатиладиган хизматларнинг потенциал харидорлари аниқланди:

талаба ва ўқувчилар – доимий мижозлар сифатида;  
 фуқароларнинг бошқа тоифалари – вақти-вақти билан фойдаланиб турувчилар сифатида.  
 Компьютер хизматлари кўрсатиш соҳасидаги асосий рақобатчилар “Байт”, “Арена”, “Cuber”, “Gamer” компьютер клублари ҳисобланади.  
 2-жадвалда рақобатчилар хизматларини ассортименти ва нархи бўйича таққослашга имкон берувчи маълумотлар келтирилган.

2-жадвал.

Компьютер хизматлари тарифлари (01.11.2012.га), сўм.

<b>Хизматлар тури</b>	<b>“Star”</b>	<b>"Cuber"</b>	<b>"Байт"</b>	<b>"Арена"</b>	<b>"Gamer”</b>
Компьютерда ё соат ишлаш	650	750	800	600	700
1 варақ чоп этиш.	120	-	150	-	-
1 варақ сканер қил.	80	-	100	-	-

Компьютер хизматлари кўрсатиш соҳаси жуда ривожланганлигини ҳисобга олиб, хизматларни бозор томон ҳаракатлантиришда асосий эътиборни сотувчи ва харидор ўртасидаги ўзаро муносабатларга, хизмат кўрсатувчи ходимнинг малакаси ва чуқур билимга эгаллигига қаратиш лозим.

Хизматларни бозор томон ҳаракатлантириш бозорда талабни шакллантиришнинг усуллари билан фойдаланади. Улар қаторига ОАВ рекламасини киритиш мумкин.

Истеъмолчилар доираси қатъий белгиланган бўлиб, бу аввало талаба ва ўқувчилардир. Шу сабабли реклама кампаниясини уларга йўналтирган ҳолда ўтказиш лозим. Телевидение орқали реклама тўғри келмайди, чунки унинг аудиторияси тор бўлиб, нархи жуда катта бўлади. Радио ва маҳаллий матбуот воситалари орқали реклама ҳам қутилажак натижага бермайди.

Сотувни рағбатлантириш ва янги мижозларни жалб қилиш мақсадида “Star” компьютер клубида компьютер ўйинлари бўйича чемпионатлар ўтказиш, шунингдек, компьютерда 3 соатдан ортиқ ишлаганлар учун 20% чегирма бериш режалаштирилган.

Маҳсулотни (хизматни) сотишга микро ва макромухит омиллари ҳам таъсир кўрсатади.

Уларнинг таҳлил 3-4-жадвалларда келтирилган.

3-жадвал.

### **Сотувга таъсир кўрсатувчи микромуҳит омиллари**

<b><u>Ижобий омиллар</u></b>	<b><u>Салбий омиллар</u></b>
1. Клуб ишининг тўхтовсизлиги	1. Клуб ишидаги тўхтаб қолишлар
2. Янги мижозларнинг жалб қилиниши	2. Мижозлар билан алоқанинг йўқотилиши
3. Мижозлар кўрсатиладиган хизматлар сифатидан мамнун	3. Мижозларнинг кўрсатиладиган хизматлар сифатидан қониқмаслиги
4. Мулоқот доирасининг ижобий муносабати	4. Мулоқот доирасининг салбий муносабати

Юқорида санаб ўтилган омилларнинг салбий таъсирини қуйидаги йўллар билан камайтириш мумкин:

1. Янги мижозлар билан алоқа ўрнатиш.

2. Мунтазам равишда янги алоқалар излаш, бироқ бунда эски, синовдан ўтган алоқаларнинг ишончли эканлигини унутмаслик лозим.
3. Хизматлар сифатини доимий назорат қилиш.
4. Вазиятга қараб иш тутиш.

4-жадвал.

### Сотувга таъсир кўрсатувчи макромухит омиллари

<u>Ижобий омиллар</u>	<u>Салбий омиллар</u>
1. Ишлаб чиқарувчилар учун имтиёзлар берувчи қонунлар қабул қилиниши	1. Ишлаб чиқарувчилар ҳуқуқини камситувчи қонунлар қабул қилиниши
2. Инфляциянинг сўниши	2. Инфляциянинг ўсиши
3. Арзон энергия	3. қиммат энергия (эл., иссиқлик)
4. Умумий харид қобилиятининг ўсиши	4. Умумий харид қобилиятининг пасайиши

Юқоридагиларни таҳлил қилиб, клубнинг самарали фаолият кўрсатиши учун кўрсатиладиган хизматлар ассортиментини ошириш ва сифатини яхшилаш, янги мижозларни жалб қилиш зарур деган хулосага келиш мумкин.

### ИШЛАБ ЧИҚАРИШ РЕЖАСИ

Мазкур лойиҳани амалга ошириш учун 30 кв.м ҳажмидаги бинони ижарага олиш талаб қилинади. Ижара тўлови ойига 200 минг сўмни ташкил этади. Асбоб-ускуналар Минск шаҳридаги фирмадан харид қилиниб, унинг умумий қиймати 5-жадвалда акс эттирилган.

5-жадвал.

#### Инвестицияларга эҳтиёжни ҳисоблаш

Харид қилинган қурилма номи	Миқдори	Биттаси-нинг нархи, минг сўм	Ҳаммасининг нархи, минг сўм
Компьютерлар	10	1223	12230
Столлар	10	80	800
Стуллар	10	40	400
Сканер	1	110	110
Принтер	1	160	160
Жами асосий фондлар	-	-	13700
Транспорт харажатлари	-	-	200
Ўрнатиш ва ходимларни ўқитиш	-	-	100
Жами инвестициялар	-	-	14000

Мўлжалга кўра «Star» компьютер клуби бир суткада 14 соат (8.00–23.00) ишлайди, техник танаффус – 14.00 дан 15.00 гача, дам олиш куни - душанба.

Рақобатчилар ишини таҳлил қилиш натижасида 1 та компьютер кунига 10 соат (10 та компьютер-100 соат) ишлаши, кунига 50 бет матн чоп этилиши ва 20 бет матн сканер ёрдамида ишлов берилиши ҳисоб-китоб қилинган.

6-жадвал.

**Хизмат кўрсатиш ҳажмини ҳисоблаш**

Хизмат тури	1 йилда кўрсатилган хизмат ҳажми	
	2011 й	2012 й
Компьютерда 1 соат ишлаш	22500	30000
1 бет чоп эттириш	11250	15000
1 бет сканер билан ишлов бериш	4500	6000

Клубда ишлаш учун 3 киши ёлланган. Ходимлар меҳнати тақсимланган ҳолда штатлар рўйхати 7-жадвалда келтирилган.

7-жадвал.

**Хизмат кўрсатувчи ходимларнинг штатлар рўйхати**

Лавозими	Вазифаси	Кишилар сони
Техник персонал	Бинони тозалаш	1
ЭХМ оператори	қурилмалар билан ишлаш, мижозларга хизмат кўрсатиш	2
Жами		3

Штатлар рўйхатига кўра ходимлар тоифаси бўйича ойлик иш ҳақи фонди белгиланади. Олинган натижалар 8-жадвалда акс эттирилган.

8-жадвал.

**Лойиҳа бўйича ойик иш ҳақи фондини ҳисоблаш**

Ходимлар тоифаси	Кишилар сони	Ойлик иш ҳақи фонди, минг сўм	2008 йилда иш ҳақи фонди, минг сўм	2009 йилда иш ҳақи фонди, минг сўм
Техник персонал	1	80	720	960
ЭХМ оператори	2	200	1800	2400
Жами	3	-	2520	3360
Иш ҳақи фонди плус 32%	-	-	3326,4	4435,2

Ишлаб чиқариш харажатларини ҳисоблаш учун амортизация чегирмалари ҳажмини аниқлаш зарур (9-жадвал).

9-жадвал.

**Лойиҳа бўйича амортизацияни ҳисоблаш, минг сўм**

Баланс қиймати	Киритилган йил	Қиймати	Амортизация нормаси, %	Амортизация ажратмалари					
				2008 й	2009 й	2010 й	2011 й	2012 й	2013 й (3 ой)
Компьютер	2003 2 кв.	12497,8	20	1874,7	2499,6	2499,6	2499,6	2499,6	624,9
Стул	2003 2 кв.	817,5	20	122,6	163,5	163,5	163,5	163,5	40,9
Стул	2003 2 кв.	408,8	20	61,3	81,8	81,8	81,8	81,8	20,5

Сканер	2003 2 кв.	163,5	20	24,5	32,7	32,7	32,7	32,7	8,1
Принтер	2003 2 кв.	112,4	20	16,9	22,5	22,5	22,5	22,5	5,6
Жами		14000		2100	2800	2800	2800	2800	700
қолдиқ қиймати				11900	9100	6300	3500	700	0

10-жадвал.

Кўрсатилган битта хизмат таннархини ҳисоблаш, сўм.

Харажатлар моддаси	1 соат ишлаш	1 бет принт	1 бет скан.
1. Моддий харажатлар:			
Электр энергияси	6	0,22	0,83
Қоғоз	0	14,5	0
Бошқа моддий харажатлар	1,2	19,95	5,4
Жами 1-бўлим бўйича	7,2	34,67	6,23
2. Номоддий харажатлар			
Иш ҳақи фонди (ИХФ)	133,06	20,70	22,18
ИХФ ажратмалари (35%)	46,6	7,2	7,8
Умумлашган солиқ (5%)	6,7	1,0	1,1
Амортизация	90	1,5	5,4
Умумхўжалик харажатлари	20,65	2,35	1,85
Ижара тўлови	78	3	2,5
Ер солиғи	0,06	0,04	0,01
Жами 2-бўлим бўйича	375,0	35,9	40,8
3. жами 1 ва 2 бўлимлар бўйича	382,2	70,5	47,0
4. фойда (3-п.дан 50 %)	114,7	21,2	14,1
5. жами (3пқ4п)	496,8	91,7	61,1
6. маҳаллий стабилизация фондларига мақсадли йиғимлар (п.5*2,5%/(100-2,5%))	12,7	2,4	1,6
7. жами (5п қ 6п)	509,6	94,0	62,7
8. республика фондига ажратмалар (п.7*2%/(100-2%))	10,4	1,9	1,3
9. жами (7пқ8п)	520,0	96,0	64,0
10. ққС (п.9*20%/100-20%)	130,0	24,0	16,0
11. сотув нархи (п.9қп.10)	650,0	120,0	80,0
Жами харажатлар	382,2	70,5	47,0
Шундан, Доимий харажатлар	365,1	28,7	35,7
Ўзгарувчан харажатлар	17,1	41,8	11,3

## ***ТАШКИЛИЙ РЕЖА ВА МЕНЕЖМЕНТ***

Ташкилий-ҳуқуқий шаклига асосан «Star» компьютер клубини бошқариш таъсисчилар томонидан амалга оширилади. Клуб фаолиятдан олинган даромад киритилган капиталга пропорционал равишда тақсимланади. Ходимларнинг самарали ишлашини тaminлаш учун мукофот, бир марталик ёрдам пули каби рағбатлантириш усулларидан фойдаланиш мумкин.



1-расм. Ташкилий қарорлар ва бошқарув

Лойиҳани амалга ошириш календар режасига асосан бажарилади. 2013 йилнинг биринчи чораги мобайнида фирма яратилади ва давлат рўйхатидан ўтказилади, мос келувчи бино ижарага олинади, бозор ҳолати таҳлил қилинади ва бизнес ғояси ишлаб чиқилади. Бу даврда шунингдек, зарур асбоб-ускуналар харид қилиниб, ходимларни ўқитиш амалга оширилади. Компьютер клуби ўз ишини йилнинг иккинчи чорагидан бошлайди.

#### Ходимларни бошқариш схемаси

Кадрлар сиёсатини ишлаб чиқиш ва ўтказиш	Меҳнатга ҳақ тўлаш ва рағбатлантириш	Гуруҳ бошқаруви, жамоадаги ва касаба уюшмаси билан муносабатлар	Бошқарувнинг ижтимоий-психологик жиҳатлари
Ходимларга эҳтиёжни аниқлаш ва улар сонини режалаштириш	Меҳнатга ҳақ тўлаш шакллари	Ходимларни қуйи даражада бошқарувга жалб қилиш	Ходимлар меҳнат мотивацияси ва ижодий ташаббуслари
Ходимларни ёллаш, танлаш ва ишдан бўшатиш шартлари	Меҳнат маҳсулдорлигини ошириш йўллари	Ишчи бригадалар ва уларнинг вазифалари	Корxonанинг ташкилий маданияти
Ходимлар малакасини ошириш ва ўқитиш	Меҳнатга ҳақ тўлашнинг рағбатлантириш тизими	Жамоадаги ўзаро муносабатлар	Бошқарув ходимларининг корхона фаолиятига кўрсатувчи таъсири
Корхона ходимлари ва хизматлари ишини баҳолаш		Касаба уюшмалари билан ўзаро муносабатлар	

## МОЛИЯВИЙ РЕЖА

Инвестиция лойихасидан фойдаланган ҳолда «Star» компьютер клубига мазкур лойихани амалга ошириш учун 14000 минг сўм керак бўлади. Бу пуллар асбоб-ускуналар харид қилиш ва 11-жадвалда келтирилган турли хил хизматлар учун тўлашга сарфланади.

11-жадвал.

Молиялаштириш манбалари ва инвестицияларга эҳтиёжни ҳисоблаш

қурилмалар номи	соли	1 тасининг нархи, минг сўм	Ҳаммаси нархи, минг сўм
Компьютерлар	10	1223	12230
Столлар	10	80	800
Стуллар	10	40	400
Сканер	1	110	110
Принтер	1	160	160
Жами асосий фондлар	-	-	13700
Транспорт харажатлари	-	-	200
қурилмаларни ўрнатиш, ходимларни ўқитиш	-	-	100
Жами инвестициялар	-	-	14000
Шундан кредит ресурслари			2000
Корхонанинг ўз ресурслари			12000

Лойихани молиялаштириш манбаси йилига 80% ставкада 21 ойга (1,75 йилга) кредит ажратувчи банк бўлиши мумкин. Кредитни тўлаш ҳар бир чорак охирида бир хил миқдорда пул тўлаш йўли билан амалга оширилади.

Кредитни тўлаш тартиби 12-13-жадвалларда акс этирилган.

12-жадвал.

Кредитни тўлаш графиги, минг сўм

ой	Кредит суммаси	Кредитни тўлаш			
		2011 йил		2012 йил	
		асосий қарз	фоизлар	асосий қарз	фоизлар
январь					76,2
февраль					76,2
март	2000			285,7	76,2
апрель			133,3		57,1
май			133,3		57,1
июнь		285,7	133,3	285,7	57,1
июль			114,2		38,1
август			114,2		38,1
сентябрь		285,7	114,2	285,7	38,1
октябрь			95,2		19,1
ноябрь			95,2		19,1
декабрь		285,7	95,2	285,8	19,1
Жами	2000	857,1	1028,1	1142,9	571,5
Тўланган кредит ҳажми -2000		Тўланган кредит ҳажми -1600			

13-жадвал.

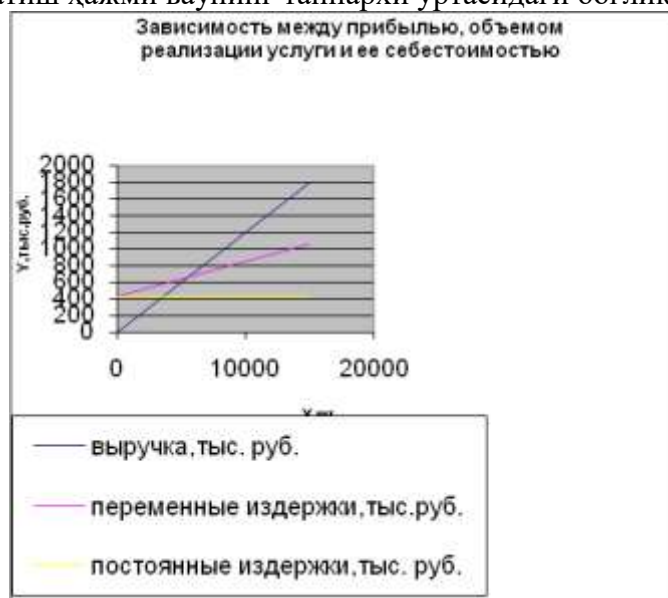
қарз мажбуриятларини тўлашни ҳисоб-китоб қилиш, минг сўм

Кўрсаткичлар	Жами	2011 й	2012 й
Кредит миқдори	2000		
Йил бошига кредит бўйича қарзлар		2000	
Кредит учун ҳисобланган %	1600		
Тўланган %		1028,1	571,5
Асосий қарзни тўлаш		857,1	1142,9
Йил охирига кредит бўйича қарзлар		1142,9	0
Жами қарзга хизмат қилиш қиймати		1885,2	1714,4

Фойда ва зарар ҳажми сотув даражасига боғлиқ бўлади. Корхонанинг фойда олиши учун сотув даражасининг қандай бўлишини аниқлаш учун зарарсизлик нуқтасини таҳлил қилиш зарур.

Матрни чоп эттириш каби хизмат тури бўйича зарарсизлик нуқтасини таҳлил қилиб кўрамиз. Бунинг учун график усулдан фойдаланамиз. Ҳар бири 120 сўмдан 15000 варақ матрни принтердан чиқариш мўлжалланган. Кўрсатиладиган хизмат ҳажми сотув ҳажмига тенг, яъни 1800 минг сўм. Доимий харажатлар 430,5 минг сўмни ташкил қилади. Битта хизмат учун ўзгарувчан харажатлар – 41,8 сўм, режадаги хизмат кўрсатиш ҳажми учун эса -627 минг сўм, фойда миқдори 742,5 минг сўмга тенг бўлади (1800-627-430,5).

Фойда, хизмат кўрсатиш ҳажми ваунинг таннархи ўртасидаги боғлиқлик



Горизонтал бўйича кўрсатиладиган хизмат ҳажми (неча варақ), вертикал бўйича хизмат таннархи ва сотувдан олинувчи тушумдан иборат бўлган фойда акс эттирилади.

График бўйича сотув ҳажми қандай бўлганда фирма фойда олишини аниқлаш мумкин. Шунингдек, харажатлар сотувдан олинувчи пул тушумига тенг бўлган нуқтани, яъни зарарсизлик нуқтасини ҳам аниқлаш мумкин. Бизнинг мисолда бу нуқта сотиладиган хизматлар ҳажмининг тахминан 35% атроида бўлади.

## БИЗНЕС-РЕЖАНИНГ САМАРАДОРЛИГИНИ БАҲОЛАШ

Шундай қилиб, компьютер клуби мисолида кўриб чиқилган лойиҳа бўйича кўрсатиладиган хизмат турлари ва уларнинг тарифларидан келиб чиқиб, клуб кўрсатувчи хизматлар таннархи ва хизмат кўрсатишдан келиб тушувчи пул тушумини ҳисоблаб чиқамиз (14-жадвал).

14-жадвал.

Кўрсатиладиган хизматлар таннархи ва хизмат кўрсатишдан келиб тушувчи пул тушуми ҳисоб-китоби

Хизмат тури	Кўрсатилган хизмат ҳажми		Таннарх, минг сўм		Пул тушуми, минг сўм	
	2011 й	2012 й	2011 й	2012 й	2011 й	2012 й
1 соат компьютерда ишлаш	22500	30000	8599.5	11466	14625	19500
1 варақ принт.	11250	15000	793.1	1057.5	1350	1800
1 варақ скан.	4500	6000	211.5	282	360	480
Жами			9604,1	12805,5	16335	21780

Кредитдан фойдаланиш вақти учун фойда ва зарарлар ҳисоб-китобини келтирамиз (15-жадвал).

15-жадвал.

Фойда ва зарарлар ҳисоб-китоб, минг сўм

Кўрсаткичлар	2011 й	2012 й
<b>1) Хизмат кўрсатишдан келиб тушган пул тушуми</b>	16335	21780
<b>2) кқС (20%)</b>	3267	4356
<b>3) республика кишлоқ хўжалик ва озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчиларни, аграр фанларни кўллаб-қувватлаш жамғармасига ажратмалар ва автойўллардан фойдаланиш воситалари эгаларининг ажратмалари</b>	261,2	348,3
<b>4) Маҳаллий стабилизация жамғармаларига мақсадли тўловлар</b>	320	426,6
<b>5) Ўзгарувчан харажатлар</b>	905,9	1207,8
<b>6) Ўзгарувчан фойда (п.1-п.2-п.3-п.4-п.5)</b>	11580,9	15441,3
<b>7) Доимий харажатлар</b>	8698,2	11597,7
<b>8) Маҳсулотни сотишдан олинувчи фойда (п.6-п.7)</b>	2882,7	3843,6
<b>9) Кўчмас мулк солиғи (1%)</b>	119	91
<b>10) Солиққа тортилувчи фойда</b>	2763,7	3752,6
<b>11) Фойда солиғи (30%)</b>	829,1	1125,8
<b>12) Соф фойда, жами (п.8 - п.9 - п.11)</b>	1934,6	2626,8
Соф фойдадан фойдаланиш		
<b>13) Кредит бўйича тўловлар</b>	857,1	1142,9
<b>14) Кредит бўйича фоизлар</b>	1028,1	571,5
<b>15) Соф даромад (п.12-камортизация)</b>	4034,6	5426,8

Шундай қилиб, барча ташкилотлар ва бюджет билан ҳисоб-китоб қилгандан сўнг корхона тасарруфида лойиҳани амалга оширишнинг дастлабки икки йили учун 4564,1 минг сўм соф фойда қолади.

16-21-жадваллар нақд пул оқими ҳақида ахборот беради. Жадвалда келтирилган

маълумотлардан келиб чиқадики, ишлаб чиқариш ҳажми ва хизматларни сотиш нархлари харажатларни қоплаб, кредитлар ва улар бўйича фоизларни тўлашга имкон беради.

22-жадвалда келтирилган қарзларни қоплаш коэффициентини ҳисоблаш лойиҳа қарзларни қоплаш учун юқори иқтисодий самарага эга эканлигидан, яъни кредитни қайтариб бермасилик рискининг жуда пастлигидан далолат беради.

қарз мажбуриятларини тўлаш ҳисоб-китоблари, минг сўм

Кўрсаткичлар	2011 й	2012 й
Солиқлар тўлангандан кейин соф фойда	1934,6	2626,8
Амортизация	2100	2800
Жами (п.1қп.2)	4034,6	5426,8
Асосий қарзни тўлаш	857,1	1142,9
Кредит бўйича фоизларни тўлаш	1028,1	571,5
Жами (п.4қп.5)	1885,2	1714,4
қарзни қоплаш коэффициенти (п.3/п.6)	2,1	3,2

Лойиҳани амалга оширишдан олинувчи соф фойдани дисконтлаймиз ва олинган ахборотни таҳлил қиламиз. Лойиҳа бўйича соф келтирилган қийматни (NPV) қуйидаги формула бўйича топамиз:

$$NPV = 3,0 * (1 / (1 + 0,06)) + 3,7 * (1 / (1 + 0,08)^2) + 5,4 * (1 / (1 + 0,08)^3) + 5,4 * (1 / (1 + 0,08)^4) + 5,4 * (1 / (1 + 0,08)^5) + 5,4 * (1 / (1 + 0,08)^6) + 0,5 * (1 / (1 + 0,02)^7) - 14 - 8,9$$

## «Бизнес - режа» фани бўйича глоссарий

**«Реклама пирамидаси»** - асосий истеъмолчилар доираларининг бирикуви, уларнинг реклама қилинаётган товарни харид қилишга тайёрлиги. Усиб бориш тартибига кўра қуйидаги босқичларга тақсимланади: беҳабарлик, хабардор бўлиш, мойиллик, афзал қуриш, харид қилиш, қайта харид қилиш.

**Бозор** - 1) талаб ва таклиф учрашадиган жой, бу ерда ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг жамоатчилик сезаётган эҳтиёжга мос келиш даражаси аниқланади, мазкур товарнинг бошқа рақобатчи товарлар билан рақобатбардошлиги таққосланади; 2) товар, хизмат ва бошқа мулк турлари билан алмашиш соҳаси; 3) истеъмолчилар гуруҳи; 4) мазкур товарнинг барча харидорлари; 5) ташкиллаштирилган савдо жойи; 6) товар ва хизматларни олиш манбаи; 7) қандайдир маҳсулот ёки хизматларнинг виртуал ёки табиий акс эттирилган мавжуд ёки потенциал харидорлари ва сотувчилари мажмуи; 8) биржа.

**Бозор сегменти** - таклиф етилаётган битта маҳсулот тури ва маркетинг комплексига бир хилда муносабатда булувчи истеъмолчилар гуруҳи мажмуи.

**Бозорни сегментлаш** - бозорни ҳар бири учун алоҳида товарлар ёки маркетинг комплекси талаб қилиниши мумкин бўлган харидорларнинг аниқ гуруҳларига бўлиш, тақсимлаш.

**Бозорни тадқиқ этиш** - 1) мунтазам равишда ишлаб чиқариш бозорларини (ишлаб чиқаришни такомиллаштириш учун), уларнинг мавжуд ва потенциал истеъмолчилар эҳтиёжини қондириш учун товар ва хизматлар ишлаб чиқаришни таъминлаш қобилиятини тадқиқ этиш. Тадқиқотлар сотув бозори, ишчи кучи бозори, капитал бозори, ҳамда хом-ашё ва материаллар бозорини қамраб олади; 2) бозори сизими, салоҳияти, рақобатчилик муҳити ва нарх тавсифномалари тўғрисидаги маълумотларни олиш учун битта ёки бир нечта бозорларнинг сифат ва миқдорий таҳлили.

**Бозорнинг рақобатчилик ҳаритаси** - 1) рақобатчиларини бозорда эгаллаб тўрган ўрнига кўра таснифлаш; 2) бозорда рақобатчининг ўрнини назорат қилиш имконини берувчи рақобатчилар улушини тақсимлаш. Аниқ товар бозорларида рақобатчиларнинг ўрнини талил қилиш натижасида аниқланади.

**Брэнднинг** - маркетинг коммуникациялари тизимининг фирма стили ва унинг элементларини ишлаб чиқиш, фирмани рақобатчилардан ажратиб турувчи ўзига хос имижини яратиш соҳаси

**Горизонтал диверсификация** - фирма ассортиментини айни пайтда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар билан боғлиқ бўлмаган, бироқ мижозларнинг қизиқишини уйғотиши мумкин бўлган маҳсулотлар билан тўлдириш.

**Демпинг** - товарни ўртача бозор нархидан арзон, баъзида ҳатто ўз таннархидан арзон нархда сотиш. Кўпчилик гарб мамлакатларида миллий ишлаб чиқарувчилар фойдасини химоя қилувчи ва аксари ҳолларда бошқа мамлакатлардан рақобатнинг кучли эмаслиги сабабли арзон нархда товар олиб қиришни таъкидловчи антидемпинг қонунлар амал қилади.

**Диверсификация** - 1) товар стратегияси тури, унга асосан корхона ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар сонини кенгайтиради; 2) янги бозорларни эгаллаб олиш ва қўшимча фойда олиш мақсадида ишлаб чиқаришнинг бир-бири билан боғлиқ бўлмаган икки ёки ундан ортиқ турини бир вақтнинг ўзида кенгайтириш ва ривожлантириш.

**Имиж** - товар образи, унинг бирон нарсани эслатиши, ўхшаши ва акс эттириши, товар бозори иқтисодиётига чамбарчас боғлиқ бўлган ижтимоий-психологик ҳолат. Товар имижи товарнинг репутацияси, товар маркаси, товар ишлаб чиқарилган корхона ва мамлакат билан ассоциациялашади.

**Информация (ахборотлар, маълумотлар)** - 1) ишларнинг аҳволи ҳақида хабардор қилиш; 2) тадбиркорлик, маркетинг ва бошқа фаолият турлари олдида тўрған вазифаларни бажаришда ёрдам бериши мумкин бўлган турли хил билим ва маълумотлар; 3) маркетинг тизими субъектларининг ўзаро муносабатлар жараёнидаги бевосита ва тескари алоқа натижалари тавсифномаси; 4) турли хил энергияларнинг ўзаро алоқалари натижаси.

**Истеъмолчининг мустақиллиги (суверенитети)** - истеъмол ҳуқуқининг мустақиллиги, қарам эмаслиги, ҳуқуқнинг мустақил йўналиши бўлиб, товар ва хизматлар бозорида истеъмолчининг манфаатларини химоя қилишга қаратилган қоида ва йўриқномалар мажмуидан иборат.

**Коммуникатив сиёсат** - 1) корхонанинг истиқболдаги ҳаракатлар курси ҳамда талабни шакллантириш, истеъмолчилар эҳтиёжини қондириш ва фойда олиш мақсадида товар ва хизматларни бозорга олиб кириш бўйича самарали ва барқарор фаолиятни таъминловчи маркетинг тизимининг барча субъектлари билан ўзаро ҳаракатларни ташкил тадбиқ коммуникатив воситалар (коммуникатив микс) мажмуасидан фойдаланиш стратегиясининг мавжудли. 2) рағбатлантириш мажмуасини ишлаб чиқиш, яъни бизнес - ҳамкорликларнинг ўзаро алоқалари самарали бўлишини таъминлаш бўйича, тадбирлар, рекламани ташкил этиш, савдони рағбатлантириш усуллари, жамоатчилик билан алоқа ва шу кабилар.

**Конгломерат диверсификация** - фирма ассортиментини на фирмада қўлланаётган технологияларга, на ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларга, на ҳозирги бозорга ҳеч қандай алоқаси бўлмаган маҳсулотлар билан тўлдириш.

**Консюмеризм** - истеъмолчилар ҳуқуқи ва манфаатларини химоя қилиш бўйича ташкил қилинган ҳаракат, истеъмолчилар хавфлиги, уларнинг иқтисодий манфаатларини муҳофаза қилиш, сифациз товар ишлаб чиқариш гирром рақобатчиликка ва қарши кўраш билан боғлиқ бўлади.

**Концентрик (марказлаштирилган) диверсификация** - фирма ассортиментини мавжуд товарларга техник ва маркетинг нуқтаи назаридан ўхшаш бўлмаган маҳсулотлар билан тўлдириш.

**Корпоратив реклама** - аниқ бир товар маркасига эмас, балки тўлиқ товарлар ассортиментига эҳтиёж яратувчи реклама.

**Макромуҳит** - фирманинг маркетинг муҳити таркибий қисми, ижтимоий жиҳатдан микромуҳитга таъсир кўрсатувчи кучларга қараганда кенг ифодаланувчи омиллар, масалан, демографик, иқтисодий, табиий, техник, сиёсий ва маданий омиллар.

**Мақсадли бозор** - у ёки бу маҳсулотни сотиш бозорини тадқиқ этиш натижасида танланган, маркетинг харажатларининг минималлиги билан тавсифланувчи ва фирма фаолияти натижаларининг асосий улушини (қисмини) таъминловчи бозор.

**Маркетинг ахборот тизими (МАТ)** - 1) маркетинг тадбирларини режалаштириш, ҳаётга тадбиқ тадбиқ назорат мақсадида аниқ, долзарб маълумотларни ўз вақтида тўплаш, таснифлаш, таҳлил қилиш, баҳолаш ва ундан маркетинг соҳасида фойдаланиш мақсадида тарқатиш учун мўлжалланган методик усуллар, асбоб-ускуналар ва одамларнинг мунтазам фаолият кўрсатувчи ўзаро

алоқалар тизими; 2) маркетинг соҳасида қарорларни ишлаб чиқиш ва қабул қилиш жараёнида фойдаланилувчи маълумотларни тўплаш, таҳлил қилиш ва етказиш усуллари, асбоб-ускуналар ва ходимлар мажмуи.

**Маркетинг бюджети** - фирманинг маркетинг фаолиятини амалга оширишдаги харажатлар, фойда ва даромадлар миқдори деталлаштирилган тарзда (маркетинг комплекси элементлари ёки маркетинг тадбирлари бўйича) акс эттирилган кўрсаткичлар тизими, маркетингнинг молиявий режаси, корхона маркетинг режасининг бўлими. Маркетинг бюджетини режалаштириш мақсадли фойдага асосланиши ёки фойдани оптималлаштиришдан келиб чиқиши мумкин.

**Маркетинг жараёни** - янги эҳтиёж ва ғояларни излаб топиш, танлаш ва уларни товар ёки хизматга айлантириш, бу товарларни излаб чиқиш ва бозорларда ёки савдо тақсимот тармоқларига сотиш билан боғлиқ харажатлар ва босқичларнинг тартибга солинган мажмуи.

**Маркетинг коммуникациялари тизими** - 1) маркетинг тизимининг ташқи муҳит билан ўзаро алоқалари жараёнида субъектлар (жунатувчи ва қабул қилувчи), воситалар, каналлар, тўғри (хабар) ва тесқари (қабул қилувчининг таҳрири) алоқалар мажмуи; 2) инсонлар ўртасидаги ўзаро алоқа шакл ва воситалари мажмуи.

**Маркетинг концепцияси** - 1) бозор муносабати шароитларида фаолият кўрсатаётган фирма, ташкилот ёки шахснинг иш юритиш, тадбиркорликни ташкил этиш фалсафаси; 2) корхонанинг якуний мақсади - даромад олиш ва истеъмолчилар эҳтиёжини қондириш учун фойдаланилувчи маркетинг фаолиятининг асосий воситалари, қоида ва ғоялари тизими. Атрофдаги аниқ ҳолатга, бозор муносабатлари ривожланиш даражасига қараб анъанавий, ишлаб чиқариш, савдо. Товар, ижтимоий ва сервис концепцияларини ажратиб кўрсатиш мумкин.

**Маркетинг қарори** - 1) истеъмолчиларнинг товар ва хизматларга талабини барқарор шакллантириш, ривожлантириш ва қондириш учун зарур бўлган маркетинг тадбири ёки тадбирлари мажмуи вариантлар ичидаги танлаш, жавоб; 2) фирма, товар ва хизматларнинг рақобатчилик устунлигини сақлаб қолиш ёки яхшилаш учун маркетинг тизими субъект ва объектларига мақсадли йўналтирилган таъсир кўрсатиш.

**Маркетинг қарори қабул қилишнинг самарадорлиги** - 1) маркетинг вазифасини бажаришнинг кўриб чиқиладиган (кутиладиган) кўплаб вариантлари орасидан танлаб олишда иқтисодий таваққулчилик нархининг натижаси, фойдалилик кўрсаткичи; 2) маркетинг вазифасини бажаришнинг танлаб олинган вариантнинг иқтисодий самара келтириш қобилияти.

**Маркетинг мажмуаси (маркетинг - микс)** - маркетинг рецепти, ундан фойдаланиш корхонага мақсадли бозорлар эҳтиёжларини қондириш ва атроф-муҳитдаги ўзгаришларга мослашишда энг яхши кўрсаткичларга эришишга имкон беради. Энг содда маркетинг рецепти товар, нарх, савдо ва коммуникация сиёсати соҳасида (4P:Рродуст, Присе, Плесе, Промотион) мувофиқлаштирилган чоратадбирлар ўтказишни талаб қилади.

**Маркетинг моделлари** - 1) фойда олиш ёки уни устириш мақсадида товар ва хизматларга талабни яратиш ва такрор ишлаб чиқариш бўйича ўзаро алоқалар жараёнида маркетинг тизими субъектлари хулқ-атворини кўрсатиш, сифат ва сонлар жиҳатидан акс эттириш шакли; 2) маркетинг тизимини лойиҳалаштириш, режалаштириш, ташкил этиш, фаолият кўрсатиш ва ривожланишда маркетинг муҳити ва субъектларининг функционал, сабаб-оқибат ва ресурс алоқаларини

ифодаловчи ва акс эттирувчи (имитация, регрессия, корреляция ва ҳ.к.) моделлар мажмуи; 3) маркетинг-микс ёки унинг таркибий қисмлари моделлари (товар сиёсати модели, нарх ҳосил бўлиш модели, реклама модели ва ҳ.к.).

**Маркетинг ўзаро алоқалари** - 1) хизмат кўрсатиш тадбиркорлигининг товар ҳаётийлик даврининг ҳар бир босқичида барча бозор субъектлари билан алоқаларни режалаштириш, ташкил тадбиқ бошқариш жараёнида барча фаолият турлари ва ресурсларни қамраб олишга йўналтирилган истиқболли концепцияси. Мижоз билан узоқ муддатли ўзаро муносабатларга ва битимда иштирок етувчи томолар мақсадларини қондиришга йўналтирилган концепция; 2) бажариш маъсулиятини тақсимлаш ва кенгайтириш тамойиллари бўйича маркетингни ташкил этиш усули.

**Маркетинг операциялари тадқиқоти** - 1) маркетинг қарорларини ишлаб чиқиш ва қабул қилиш тизимида фойдаланилувчи усуллар (математик дастурлаштириш, уйинлар назарияси, қарорлар назарияси, тасвирларни таниб олиш назарияси ва ҳоказо) йиғиндиси; 2) «бошқа усуллар ёрдамида бундан ҳам ёмон жавоб бериладиган амалий саволларга ёмон жавоб бериш санъати» (Т.А.Саати, операциялар тадқиқоти соҳасидаги Америкалик мутахассис)

**Маркетинг режаси** - белгиланган маркетинг мақсадларига эришишда ёрдам бериши кутилаётган чора-тадбирларнинг кетма-кетликда деталли равишда ифодаланиши.

**Маркетинг салоҳияти (потенциали)** - 1) корхона салоҳиятининг ажралмас қисми; 2) товар, нарх коммуникация ва савдо сиёсати, талабни ўрганиш соҳасида самарали маркетинг тадбирларини режалаштириш ва ўтказиш ҳисобига маркетинг тизимининг корхоннанинг доимий рақобатбардошлиги, товар ва хизматларнинг бозордаги иқтисодий ва ижтимоий конъюнктурасини таъминлаш қобилиятлари мажмуи.

**Маркетинг тадқиқоти дизайни** - 1) маркетинг тадқиқоти жараёни ва моделини лойиҳалаштириш ва тузиш; тадқиқотни ўтказиш, маркетинг ахборотларини излаб топиш учун рационал режаларни ишлаб чиқиш. Кулда ёки ахборот технологиялари ёрдамида амалга оширилиши мумкин; 2) маркетинг тадқиқоти субъектлари хулқ-атворининг ўзгариш ҳолатларини ўрганиш ва башорат қилиш бўйича ижодий жараён.

**Маркетинг тизими** - бозор муҳитининг мустақил, фойда олиш мақсадида товар ва хизматларга талабни шакллантириш ва ривожлантириш бўйича ўзаро ўзлуксиз алоқада булувчи ижтимоий-иқтисодий элементлар мажмуи. Маркетинг тизими ўз ичига қуйидагиларни киритади; ишлаб чиқарувчи фирма, таъминотчи фирма, рақобатчи фирма воситачи фирма, истеъмолчи (бозор).

**Маркетинг тизимини ахборот билан таъминлаш** - 1) маркетинг хужжатларини расмийлаштириш усуллари ва воситалари мажмуаси, маркетинг тизимининг ҳолати ва хулқ-атвори тўғрисидаги маълумотларни излаб топиш, кодлаштириш ва сақлашни ташкил этиш; 2) маркетинг тизимининг нормал фаолият кўрсатишини таъминловчи қуйитизимлардан бири (ташкилий, ҳуқуқий, иқтисодий, техник, дастурий, математик таъминот ва бошқалар); 3) маркетинг ахборотлари манбаи, унинг асосида корхона менежменти турли хил бошқарув қарорларини қабул қилади; 4) маълумотларни олиш, ишлов бериш, системалаштириш ва уларни «истеъмол учун тайёр» ахборотга айлантириш.

**Маркетинг тизимининг самарадорлиги** - 1) маркетинг тизимининг маркетинг харажатлари белгилаб қўйилган ҳолда товар ва хизматларга талабни

такрор ишлаб чиқаришни тухтовсиз шакллантириш жараёнини таъминлаш қобилияти кўрсаткичи; 2) маркетинг тизими фаолиятининг сифат кўрсаткичи; 3) маркетинг тизими субъектларининг ресурслар айирбошлаш жараёнида ўзаро алоқалари натижавийлигининг комплекс кўрсаткичи.

**Маркетинг фаолияти** - 1) тадбиркорлик соҳасида бажариладиган ишлар ва вазифалар тури; 2) талабни шакллантириш ва такрор ишлаб чиқариш, фирманинг фойда олишини таъминлаш мақсадида амалга оширилувчи маркетинг функциялари (маркетинг тадқиқотлари, савдо, нархнинг хосил бўлиши, товарни етказиб бериш, маркетинг разведкаси, бэнгмаркетинг ва ҳ.к.) билан боғлиқ фаолият; 3) бозор иқтисодиётида такрор ишлаб чиқариш занжирининг барча бўғинларида маркетинг воситалари ва фалсафасини қўллаш жараёнини қамраб олувчи ҳамда товар ёки хизмат талабни қондириш ва фойда келтириш учун нимани, қаерда, қанча ва қандай қилиб ишлаб чиқариш лозим деган саволларга жавоб беришга имкон берувчи ҳар қандан фаолият.

**Маркетинг фаолиятининг иқтисодий самарадорлиги** - 1) маркетинг фаолиятининг оралиқ ва якуний мақсадларини амалга оширишга жавоб берувчи нисбатан кўп турли (маркетинг жараёнининг барча босқичлари бўйича) натижа; 2) маркетинг фаолиятини амалга ошириш самарасининг (натижаси) бу жараёнда сарфланувчи барча харажатларга нисбати; 3) маркетинг фаолияти билан боғлиқ харажатлар қайтими, натурал ёки қиймат (нарх) шаклида акс эттирилган натижа ва самаранинг маркетинг фаолиятини ташкил тадбиқ амалга ошириш учун зарур бўлган барча (моддий-техник меҳнат ва хоказо) ресурсларга нисбати ёрдамида баҳоланади.

**Маркетинг харажатлари** - товар ва хизматларни шакллантириш ва такрор ишлаб чиқариш бўйича маркетинг чора-тадбирлари ва маркетинг фаолиятини амалга ошириш учун зарур бўлган сарф ва чиқимлар йиғиндиси. Маркетинг харажатларининг асосий таркибий қисмлари: бошқарув харажатлари, маркетинг бўлими ходимлари маоши, амортизация ажратмалар, маркетинг бўлимининг нормал фаолият кўрсатиши учун зарур бўлган материал ва ресурслар, товар сиёсати, нарх сиёсати, коммуникатив сиёсат, савдо ва дистрибутив сиёсат учун сарфланувчи харажатлар.

**Маркетинг чора-тадбирларининг иқтисодий самарадорлиги** - 1) маркетинг чора-тадбирларини амалга ошириш самарасининг (натижаси) бунинг учун сарфланган барча харажатлар миқдорига нисбати; 2) маркетинг мажмуасининг (маркетинг-микс) самарадорлик кўрсаткичи. Натурал ва қиймат шаклида улчанади.

**Маркетингда тармоқ ёндашуви** - маркетинг тизими субъектларининг нафақат иккитомонлама (харидор ва сотувчи) эмас, балки кўптомонлама ўзаро алоқалари жараёнини акс эттириш концепцияси. Тармоқ ёндашуви на сотувчилар ва на харидорлар ўзларига ҳамкорни танлаш ва уларни алмаштиришда эркин эмас, чунки ресурслар ўзгарганда уларнинг бир-бирига қарамлиги юзага келади, яъни алоқалар алмашуви бўзилади деган фикрни олга суради. Маркетинг тармоғи аъзолари Ўртасида ресурслар айирбошлаш «қарамлик» ва «хоқимлик» манбаи ҳисобланади. Маркетинг тармоғи учта ўзаро боғлиқ таркибий қисмдан иборат: иштирокчилар (фирмалар), ресурслар ва фаолият турлари. Тармоқ ёндашуви ресурсларнинг турли хиллиги ва уларни иерархик назорат қилишни талаб қилади.

**Маркетинг-микс (маркетинг мажмуаси)** - 1) маркетинг тузилиши; маркетинг тизимининг таркибий қисмлари, элементлари; маркетинг таркиб

топувчи жараёнлар; 2) маркетинг харажатлари тузилиши; 3) маркетинг рецепти; товар ёки хизматларни ишлаб чиқарувчидан истеъмолчига етказиб бериш чоратадбирларининг мажмуавий дастури.

**Маркетингни режалаштириш** - маркетинг режасини тузиш, товарларни сотиш ҳажмининг ўсиши ва фирма фойдасини максималлаштиришга қаратилган маркетинг стратегияси танлаш билан боғлиқ жараён.

**Маркетингнинг ташкилий тузилмалари** - менежментнинг асосий тамойиллари - марказлаштириш, децентрализация ва мослашувчанликни модификация қилишга асосланган маркетинг хизмати асосий бўлинмаларининг ўзаро ҳаракатлари схемаси турлари. Функционал, маҳсулот, бозор ва матрица структуралари ва уларнинг модификацияларини ажратиш кўрсатиш мумкин.

**Микромуҳит** - фирма маркетинг муҳитининг таркибий қисми, бевосита фирманинг ўзига ва унинг мижозларга хизмат кўрсатиш имкониятларига муносабатларига тааллуқли кучлар, яъни таъминотчилар, маркетинг воситачилари, мижозлар, рақобатчилар билан ифодаланади.

**Мотивация** - 1) эҳтиёжларни қондириш бўйича қарор қабул қилишда индивидуумлар ҳаракатини фаолаштириш мақсадида уларнинг мотивларини кучайтириш жараёни; 2) харидорнинг харид қилиш қарорини қабул қилиш жараёнида унинг фаоллига таъсир кўрсатувчи мажбурловчи ҳаракатлар.

**Мултимедиа-технологиялар** - 1) реклама фаолиятини режалаштириш, ташкил тадбиқ бошқариш жараёнида фойдаланилувчи замонавий аудио-, теле-, визуал ва виртуал коммуникация воситалари мажмуи; 2) маркетингни бошқариш тизимини ташкил этиш тизимига киритилувчи товар ва хизматларни ҳаракатлантириш усул ва воситалари.

**Нарх** - 1) қийматнинг пул кўринишида акс этирилиши, истеъмолчилар товарга эга бўлиш учун тўлашлари лозим бўлган пул миқдори. Фирма белгилаган нарх қабул қилинувчи таклифнинг қийматига мос келиши лозим; 2) маркетинг-мажмуаси, маркетинг-миксинг самарали воситаси.

**Нарх хосил бўлиши усуллари** - маҳсулот ва хизматлар нархини шакллантиришда қўлланувчи усуллар. Харажатларга асосланган, харидорлар линиясига асосланган ва рақобатчилар нархига асосланган турлари мавжуд.

**Нарх сиёсати** - нархни ва нарх хосил бўлишини бошқариш тадбир ва стратегиялари, товар ёки хизматларга ишлаб чиқариш харажатлари ва бозор конъюнктурасига мос келувчи, харидорни қондирувчи ва режалаштирилган фойдани келтирувчи нарх белгилаш санъати.

**Уров (упаковка)** - 1) товар солинувчи, жойлаштирилувчи идиш, материал. Товар ишлаб чиқарилгандан сўнг унинг хусусиятларини сақлаш ҳамда юкни ташишда қулайлик яратиш учун мўлжалланади; 2) муҳим реклама манбаи.

**Пресс-релиз** - газэта ва журналлар, теле ва радио редакциялари уларни қизиқтираётган маълумотларни олиши мумкин бўлган бюллетен, паблик рилейшнз воситаси.

**Прогнозлаш (башорат қилиш) усули** - ўрганилаётган объектнинг утмишдаги ва ҳозирги маълумотларини таҳлил қилишга асосланган илмий асосланган олдиндан кўра билиш. Турли хил таркибий қисмларни прогнозлашга асосланган қисқа муддатли (1,5) йилгача, Ўрта муддатли (5 йил) ва узоқ муддатли (10-15 йил) прогнозлар мавжуд. Тақдим этиш шаклига кўра, миқдорий ва сифат прогнозларига, тадқиқот объектларини қамраб олиш бўйича умумий ва қисман прогнозлашга тақсимланади.

**Рақобат** - 1) алоҳида шахслар Ўртасида ҳар бири ўзи учун шахсан эришини мақсад қилган битта йўналишдаги, хусусан тадбиркорлар Ўртасида каттароқ фойда олиш, савдо бозори, хомашё манбалари учун кўраш; 2) моддий ва маънавий неъматлар яратиш, сотиш ва истеъмол қилш жараёнида бозор тизими субъектларининг коммуникацияси, кўраши, ўзаро алоқалари иқтисодий жараёни; 3) бозор муносабатларининг тартибга солувчиси, ФТТ ва жамоатчилик ишлаб чиқаришининг самарадорлигини кучайтириш стимулятори.

**Рақобатчилик муҳити диагностикаси** - маркетинг тадқиқотининг рақобатчилар хатти-ҳаракатларининг ички мотивлари ҳақида тўлиқ ва аниқ тасаввўрни шакллантириш учун зарур бўлган ўзига хос мустақил босқичи.

**Регионал маркетинг** - 1) регионда маркетинг фаолиятини ташкил этиш; 2) регионнинг маҳаллий, миллий ва халқаро инвесторларга кўрсатилувчи хизмат ва товарлар маркетинги; 3) регионнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишни бошқариш тизимидаги маркетинг.

**Реклама** -1) гоё, товар ва хизматларни маълум хомий номидан тақдим тадбиқ тақлиф қилишнинг шахсий бўлмаган пулли шакли; 2) товар ва хизматлар сифатини харидорларнинг талаб ва эҳтиёжлари тилига угиришга интилувчи коммуникация шакли.

**Реклама аудиторияси** - муайян ахборот манбалари орқали елон қилинган реклама хабарларини ешитиши, қуриши ва уқиши мумкин бўлган барча шахслар.

**Реклама самарадорлиги** - реклама воситаларининг ишлаб чиқарувчи ёки воситачилари манфаатлари йўлида истеъмолчиларга таъсир кўрсатиш даражаси. Реклама мурожаатидан олдин ва кейин аниқланади. Рекламанинг савдо натижаларига кўрсатувчи таъсирини аниқлаш (иқтисодий самарадорлик) реклама харажатларини аввалги фаолият натижалари бўйича товар сотиш ҳажмига нисбати ёрдамида аниқланади. Бу усулнинг аниқлиги юқори эмас, чунки савдо натижаларига рекламадан ташқари бошқа кўплаб омиллар ҳам таъсир кўрсатади.

**Сервис (хизмат кўрсатиш)** - корхона маркетинг фаолиятининг машиналар, асбоб-ускуналар ва транспорт воситаларини сотиш ва эксплуатация қилишни таъминловчи бўлими, қуйи тизими.

**Сифат** - товарнинг муайян истеъмолчилар эҳтиёжини қондириш қобилиятини белгилаб берувчи, қўйилган талабларга мос келувчи хусусиятлари мажмуи. Олди-сотди шартномаларида томонлар сифат кўрсаткичлари, уни текшириш тартиби, товар сифатининг белгиланган талабларга мос келишини тасдиқловчи ҳужжатларни тақдим этиш тартиби келишиб олинади, зарур ҳолларда товарни сифати бўйича қабул қилиш ва топшириш шартлари, шунингдек товар сифати ёки уни сақлаш муддати бўйича кафолатлар белгилаб қўйилади.

**Стратегик маркетинг** - 1) асосий истеъмолчилар гуруҳлари талаб ва эҳтиёжларини мунтазам, системали таҳлил қилиш, шунингдек, компанияга харидорларнинг танлаб олинган гуруҳларига рақобатчиларга қараганда яхшироқ хизмат кўрсатиш ва шу тариқа рақобатчилик устунлигига эга бўлиш имконини берувчи товар ва хизматлар концепциясини ишлаб чиқиш; 2) ташкилотлар ва жисмоний шахслар эҳтиёжларини таҳлил қилиш; 3) фирманинг мақсадларини белгилаб олиш, ривожланиш стратегиясини ишлаб чиқиш ва мувозанатланган товар портфели тузилмасини таъминлаш; 4) стратегик мажмуа-микс ҳамда мунтазам ўзгариб турувчи маркетинг муҳити омилларини ҳисобга олган ҳолда фирманинг товар, нарх, коммуникация, тақсимлаш ва сотиш соҳасидаги стратегик сиёсатининг асосий йўналишларини ишлаб чиқиш жараёни.

**Стратегик режалаштириш** - фирманинг мақсадлари, унинг маркетинг соҳасидаги потенциал имкониятлари ўртасидаги стратегик мувозанатни яратиш ва қўллаб-қувватлашни бошқариш жараёни. У фирманинг аниқ шакллантирилган дастури, қўшимча вазифа ва мақсадларни ифодалаш, соғлом хўжалик портфели ва ўсиш стратегиясига асосланади.

**Талаб** - товар хўжалигига хос бўлган ва савдо, айирбошлаш соҳасида кўзга ташланувчи тоифа. Талаб бозорда турли хил товарлар ёрдамида акс эттирилган, истеъмолчиларнинг бир-биридан фарқ қилувчи кўп сонли эҳтиёжларидан таркиб топувчи, доимий равишда ўзгариб турувчи жамоатчилик эҳтиёжлари мажмуасини акс эттиради.

**Телемаркетинг** - маркетинг тури бўлиб, уни амалга ошириш потенциал истеъмолчиларга товар ва хизматларни реал ва виртуал бозорлардан излаш ва харид қилиш имконини берувчи телекоммуникация воситалари ва Интернет тармоғидан фойдаланилади.

**Тижоратлаштириш (коммерциализация)** - янги маҳсулотни ишлаб чиқиш босқичи; бозорга кириб бориш вақтини тўғри танлаш, турли бозорларда фаолият кўрсатиш ҳажми ва кетма-кетлиги, маҳсулотни оператив ҳаракатлантириш ва тақсимлаш бўйича самарали усуллар, шунингдек, маркетинг режасини ишлаб чиқиш жараёни.

**Товар** - 1) энг умумий кўринишда бозорда сотилувчи маҳсулот сифатида ифодаланиши мумкин бўлган иқтисодий тоифа, олди-сотди объекти; 2) маҳсулотнинг маълум бир харидорлар эҳтиёжини қондирувчи асосий истеъмолчилик тавсифномалари мажмуи; 3) истеъмолчига кўрсатиладиган, маҳсулотни тўлдирувчи ва уни сотишни энгиллаштирувчи хизмат ва имтиёзлар; 4) маҳсулотнинг ураб турувчи «муҳит» (маҳсулот дизайни, сифати, маркаси, урви).

**Товар вариацияси** - ишлаб чиқарилаётган ва бозорда мавжуд бўлган товарни унинг айрим хусусиятлари ёки кўрсаткичларини ўзгартириш йўли билан модификациялаш. Товарнинг табиий (материали, сифати), естетик (дизайни, ранги, шакли), символик (товар маркасининг номи) хусусиятлари ва фирманинг бўлинмалари фаолияти билан боғлиқ бўлган хусусиятлари ўзгартирилиши мумкин. Товар сифатини яхшилаш, унинг фойдалилигини ошириш, шакли ва стилини яхшилаш стратегияси товар модификациясининг муҳим стратегияси бўлиши мумкин.

**Товар инновацияси** - 1) маҳсулотни такомиллаштиришнинг оригинал, сифати яхшилانган ва модификацияланган маҳсулот ишлаб чиқариш билан боғлиқ бўлган ўзлуксиз жараёни. Товарнинг ҳаётийлик даври узунлигини ва корхонанинг рентабеллигини таъминловчи чоора-тадбирлар ичида алоҳида ўринга эга. Уз ичига маҳсулотни дифференциялаш ва диверсификациялашни киритади; 2) бозорга янги маҳсулотни ёки маҳсулотлар гуруҳини олиб кириш.

**Товар сиёсати** - тадбиркорлик мақсадларини белгилаш ва уларга эришишга йўналтирилган тадбир ва стратегиялар мажмуи, янги товар ёки товарлар гуруҳини бозорга олиб кириш (инновация), бозорда мавжуд бўлган товарларни замонавийлаштириш (вариация) ёки ишлаб чиқариш дастуридан товар ишлаб чиқаришни чиқариб ташлаш (елиминация), шунингдек, ассортимент сиёсатидан иборат.

**Товар стратегиялари** - 1) товар сиёсатининг корхонага товар ҳаётийлик даврининг исталган босқичида фойда олиш ва савдо ҳажмининг барқарор бўлишини таъминлаши мумкин бўлган асосий принципиал йўналишлари. Товар

стратегиясининг асосий турлари: товар ёки хизматлар инновацияси, вариацияси, элиминацияси; 2) товар номенклатурасини оптималлаштириш йўналишларини ишлаб чиқиш ҳамда фирманинг самарали фаолият кўрсатиши ва рақобатбардошлигини таъминлаш учун шароитлар яратувчи товарлар ассортиментини аниқлаш.

**Товарни бозорда жойлаштириш** - товарларнинг бозордаги рақобатбардошлигини таъминлаш ва мос келувчи маркетинг мажмуасини ишлаб чиқиш учун амалга оширилувчи ҳаракатлар.

**Товарнинг ҳаётийлик даври** - товар ривожланишининг уни ишлаб чиқишдан то бозорга олиб киришгача бўлган асосий босқичларини акс эттирувчи маълум бир вақт даври (цикли); сотувчининг ҳар бир босқичда олувчи фойда миқдори унга боғлиқ бўлади. Товарни сотиш ва фойда олиш жараёнида беш босқич ажратиб кўрсатилади: товарни ишлаб чиқиш (бозоргача) босқичи, товарни бозорга олиб кириш (киритиш) босқичи, товарни сотиш ҳажмининг ўсиш босқичи, етуклик (тўйинганлик) босқичи, товарнинг сусайиш босқичи ёки товар элиминацияси.

**Товарнинг рақобатбардошлиги** - 1) аниқ эҳтиёжни қондиришда бозордаги рақобатчилар товарлари олдида устунликни таъминловчи товарнинг сифат ва нарх тавсифномалари мажмуи; 2) товарнинг рақобатчи товарлар бозорида биринчи бўлиб харид қилиш қобилияти; 3) товарни истеъмол қилиш (фойдаланиш) самарасининг уни сотиб олиш ва эксплуатация қилишга сарфланувчи харажатларга (истеъмол нархи) нисбати; 4) корхонанинг миллий ва жаҳон товар бозорларига чиқиши мақсадга мувофиқлигининг муҳим кўрсаткичи.

**Фирманинг маркетинг муҳити** - фирмадан ташқарида фаолият кўрсатувчи ҳамда маркетинг хизмати рағбариятининг мақсадли мижозлар (ҳамкорлар) билан муваффақиятли ҳамкорлик муносабатлари ўрнатиш имкониятларига таъсир кўрсатиш мумкин бўлган кучлар ва фаол субъектлар мажмуи. Маркетинг тизими макро ва микромуҳитдан таркиб топади.

**Хизмат** - 1) бозорга кириб келувчи, нарса кўринишига эга бўлмайдиган истеъмол қийматлари; 2) бир томон иккинчисига кўрсатиши мумкин бўлган фаолият ёки неъматлар тури.

**Электрон тижорат** - электрон алоқа воситалари ёрдамида товар ва хизматларни сотиш, реклама ва маркетинг тизими.

**Элиминация** - мавжуд маҳсулотларни корхонанинг ишлаб чиқариш дастуридан чиқариб ташлаш; товар ишлаб чиқаришни тўхтатиш; товарни бозордан рақобатбардошлиги ва талабни йўқотганлиги сабабли олиб чиқиш. Маҳсулотни элиминация қилиш зарурлигини текшириш учун савдо ҳажми, бозордаги улуши, ҳаётийлик давридаги ўрни, фирманинг жами айланмасидаги улуши, рентабеллиги, капитал айланиши ва бошқа кўрсаткичлар қўлланади.

## **«Бизнес - режа» фани бўйича реферат мавзулари**

1. Бозор иқтисоди шароитида режалаштириш ва башоратлаш
2. Корхона фаолиятида бизнес - режалаштириш
3. Корхона тавсифи
4. Бизнес режани «Маркетинг» режаси
5. Ишлаб чиқариш режасини ишлаб чиқиш.
6. Ташкилий режа ва менеджмент.
7. Корхонанинг молиявий режаси.
8. Бизнес-режа самарадорлигини баҳолаш.
9. Ишлаб чиқаришда нодавлат секторнинг тутган ўрни.
10. Бизнес ва аҳоли бандлиги.
11. Иқтисодий глобаллаштириш ва илмий-техник тарақиётнинг ривожланиши.
12. Кичик бизнеснинг ривожланиш кўрсаткичлари.
13. Ўзбекистон Республикаси Президентининг кичик бизнеснинг кўллаб-қувватлашга доир фармонлари ва қарорлари.
14. Иқтисодий таҳлилнинг вазифаси.
15. Бир мақсадли прогностининг вазифаси.
16. Режалаштириш ва прогностининг норматив асоси.
17. Норма ва норматив тушунчалари.
18. Корхона ва унинг ишлаб чиқариш фаолияти.
19. Стратегик режалаштириш жараёни.
20. Корхона этикаси

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА  
МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

**САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ**

**ИҚТИСОДИЁТ КАФЕДРАСИ**

**БИЗНЕС - РЕЖА**

**МАЪРУЗАЛАР МАТНИ**

**ОЛИЙ ТАЪЛИМНИНГ  
5340100 – Иқтисодиёт (тармоқлар) йўналиши  
талабалари учун**

**САМАРҚАНД - 2013**

Ҳозирги кунда, замонавий шароитларда бизнес-режа туза олиш қобилияти тадбиркорликда муваффақиятга эришишнинг гарови ҳисобланади. Таклиф қилинаётган маърузалар матнида бизнес-режа корхонанинг ишлаб чиқариш соҳасидаги стратегияси, унинг моддий-техник ва молиявий (инвестиция) таъминоти ҳамда молиявий натижалари акс эттирилувчи асосий хужжат сифатида кўриб чиқилади. Иқтисодий ислоҳотлар ва замонавий бозор талабларини ҳисобга олган ҳолда инвестицион лойиҳа бизнес-режаси ва корхона бизнес-режаси ўртасидаги фарқларга алоҳида эътибор қаратилади.

Корхона бизнес-режасини, унинг асосий бўлимлари ва кўрсаткичларини тузиш услубияти, корхонанинг иқтисодий барқарорлигини таъминлаш, рискларни камайтириш ва бизнесда муваффақиятга эришишда бизнес-режанинг роли кўриб чиқилади.

Маърузалар матни иқтисодий мутахассисликлар бўйича таълим олаётган талабалар, аспирантлар ва ўқитувчилар, шунингдек, бизнес-режа масалалари билан қизиқувчи барча шахслар учун мўлжалланган.

Ушбу ишланмани янада бойитиш ва тўлдириш бўйича таклиф ва мулоҳазарингизни билдирсангиз, биз сиздан маъмнун бўлар эдик

**МАРУЗАЧИ:** АБДУЛЛАЕВА З.И.

**Такризчи:** и.ф.д., ФАЙЗИЕВ Э.С.

## Мундарижа

Кириш.....	
I-мавзу. БОЗОР, ИҚТИСОДИЁТ ВА БИЗНЕС.....	
1.1-мавзу. БОЗОР, ИҚТИСОДИЁТ ВА БИЗНЕС.....	
1.1.1. Бозор иқтисодиёти, унинг тамойиллари ва ўзига хос хусусиятлари	
1.1.2. Бизнес – бозор иқтисодиётининг устивор соҳаси.....	
1.1.3.Бизнес ва аҳоли бандлиги.....	
қисқача хулосалар.....	
Мавзу бўйича таянч иборалар.....	
Муҳокама ва назорат саволлари.....	
Тавсия этиладиган адабиётлар.....	
1.2-мавзу. БОЗОР ШАРОИТЛАРИДА РЕЖАЛАШТИРИШ ВА БАШОРАТ ҚИЛИШ.....	
1.2.1. Бозор шароитларида режалаштириш ва башорат қилишнинг объектив зарурати.....	
1.2.2. Режалаштириш ва башорат қилишнинг мақсад ва вазифалари....	
1.2.3. Режалаштириш ва башорат қилишнинг норматив асослари.....	
Қисқача хулосалар.....	
Мавзу бўйича таянч иборалар.....	
Муҳокама ва назорат саволлари.....	
Тавсия этиладиган адабиётлар.....	
2-мавзу. КОРХОНА ФАОЛИЯТИДА БИЗНЕС- РЕЖАЛАШТИРИШ	
2.1. КОРХОНА ФАОЛИЯТИДА БИЗНЕС- РЕЖАЛАШТИРИШ	
2.1.1. Корхона ва унинг ишлаб чиқариш фаолияти режалаштиришнинг объекти сифатида.....	
2.1.2. Бозор шароитларида корхона фаолиятини тартибга солиш ва режалаштириш.....	
2.1.3. Бизнеснинг ахборот асослари.....	
қисқача хулосалар.....	
Мавзу бўйича таянч иборалар.....	
Муҳокама ва назорат саволлари.....	
Тавсия этиладиган адабиётлар.....	
2.2-мавзу. КОРХОНАНИНГ БИЗНЕС - РЕЖАСИ ...	
2.2.1. Бизнес-режанинг моҳияти ва вазифалари.....	
2.2.2. Бизнес-режани тайёрлаш босқичлари.....	
4.3. Бизнес-режа тузилмаси (структураси).....	
Қисқача хулосалар.....	

Мавзу бўйича таянч иборалар.....	
Муҳокама ва назорат саволлари.....	
Тавсия этиладиган адабиётлар.....	
<b>3-мавзу. БИЗНЕС - РЕЖАНИНГ АСОСЛАНГАНЛИГИ</b>	
<b>ВА ИШОНЧЛИЛИГИ .....</b>	
3.1. Бизнес-режани ишлаб чиқишни бошқариш.....	
3.2. Бизнес-режанинг ресурслар билан таъминланганлиги.....	
3.3. Режалаштирилаётган бизнесни суғурталаш.....	
қисқача хулосалар.....	
Мавзу бўйича таянч иборалар.....	
Муҳокама ва назорат саволлари.....	
Тавсия этиладиган адабиётлар.....	
<b>4-мавзу. КОРХОНАНИНГ ТАВСИФЛАНИШИ.....</b>	
<b>4.1. КОРХОНАНИНГ ТАВСИФЛАНИШИ.....</b>	
4.1.1. Бизнес-режанинг резюмеси (қисқача мазмуни) .....	
4.1.2. Корхонанинг тармоқдаги ва бозордаги ҳолати таҳлили.....	
4.1.3. Корхонани баҳолаш.....	
қисқача хулосалар.....	
Мавзу бўйича таянч иборалар.....	
Муҳокама ва назорат саволлари.....	
Тавсия этиладиган адабиётлар.....	
<b>4.2-мавзу. КОРХОНА МАҲСУЛОТИНИ ТАВСИФЛАШ.....</b>	
4.2.1. Корхона маҳсулотининг комплекти тавсифномаси ва баҳоланиши.....	
4.2.2 Маҳсулотни баҳолаш усуллари.....	
4.2.3. Товарнинг ҳаётийлик даври.....	
қисқача хулосалар.....	
Мавзу бўйича таянч иборалар.....	
Муҳокама ва назорат саволлари.....	
Тавсия этиладиган адабиётлар.....	
<b>5-мавзу. КОРХОНАНИНГ МАРКЕТИНГ РЕЖАСИ .....</b>	
5.1. Маркетинг моҳияти ва функциялари.....	
5.2. Бозорни баҳолаш ва истеъмолчилик талабини ўрганиш.....	
5.3. Маҳсулотни бозорга чиқариш стратегияси.....	
5.4. Маркетинг режаси ва дастури.....	
қисқача хулосалар.....	
Мавзу бўйича таянч иборалар.....	

Муҳокама ва назорат саволлари.....	
Тавсия этиладиган адабиётлар.....	
<b>6-мавзу. ИШЛАБ ЧИҚАРИШ РЕЖАСИ .....</b>	
<b>6.1. Ишлаб чиқариш режаси таркиби ва кўрсаткичлар тизими.....</b>	
<b>6.2. Ишлаб чиқариш режасининг ишлаб чиқариш қувватлари билан асослаб берилиши.....</b>	
<b>6.3. Ишлаб чиқариш режасининг ресурслар билан таъминланганлиги.....</b>	
қисқача хулосалар.....	
Мавзу бўйича таянч иборалар.....	
Муҳокама ва назорат саволлари.....	
Тавсия этиладиган адабиётлар.....	
<b>7-мавзу. ТАШКИЛИЙ РЕЖА ВА МЕНЕЖМЕНТ.....</b>	
<b>7.1. Вазифаси ва асосий қоидалари.....</b>	
<b>7.2. Бошқарувни ташкил этиш.....</b>	
<b>7.3. Кадрлар сиёсати ва персонални бошқариш.....</b>	
қисқача хулосалар.....	
Мавзу бўйича таянч иборалар.....	
Муҳокама ва назорат саволлари.....	
Тавсия этиладиган адабиётлар.....	
<b>8-мавзу. МОЛИЯВИЙ РЕЖА .....</b>	
<b>8.1. Молиявий режанинг моҳияти ва асосий бўлимлари.....</b>	
<b>8.2. Даромад ва харажатларни режалаштириш.....</b>	
<b>8.3. Корхонанинг пул оқимлари, башорат баланси ва зарар кўрмаслигини режалаштириш.....</b>	
қисқача хулосалар.....	
Мавзу бўйича таянч иборалар.....	
Муҳокама ва назорат саволлари.....	
Тавсия этиладиган адабиётлар.....	
<b>9-мавзу. БИЗНЕС-РЕЖАНИНГ САМАРАДОРЛИГИНИ БАҲОЛАШ</b>	
<b>9.1. Вақт бўйича пул қиймати.....</b>	
<b>9.2. Инфляцияни баҳолаш.....</b>	
<b>9.3. Бизнес-режани амалга ошириш учун инвестициялар самарадорлигини баҳолаш кўрсаткичлари ва уларни ҳисоблаш услубияти.....</b>	

## КИРИШ

Бозор иқтисодиёти шароитларида ишлаб чиқариш фаолияти билан шуғулланувчи ҳар бир корхона кўп сонли ва турли муаммоларга дуч келиб, улардан бири хўжалик юритиш тизимида ўзига муносиб ўрин эгаллаш ҳисобланади.

Бу вазифани корхона (фирма) ўз олдига аниқ ва равшан ишлаб чиқариш ғоясини: нимани, қачон ва қанча ишлаб чиқаришни белгилаб қўйган ҳолдагина муваффақиятли ҳал қилиш мумкин. Ушбу саволларга берилган ижобий жавоб корхонанинг қайси тармоққа мансублиги, мулкчилик шакли, куч-қуввати ва бошқа белгиларидан қатъи назар, унинг яратилиши ва келгусида муваффақиятли фаолият кўрсатишига асос бўла олади.

Ғояни реал воқеликка айлантириш учун у корхона маҳсулотлари ёки хизматларига буюртмалар олиш тизими билан кучайтирилиши лозим. Белгиланган ишлаб чиқариш фаолияти барча турдаги - моддий, меҳнат, молиявий ресурслар, шунингдек, ишлаб чиқариш қуввати билан таъминланиши зарур. Бунда маҳсулотни ишлаб чиқаришига эмас, балки унинг сотилишини таъминлаш, яъни сотув каналларини излаб топиш ҳам муҳим аҳамият касб этади, корхонанинг маркетинг стратегияси ҳиссаси катта бўлади.

Бизнес-режа юқорида айтиб ўтилган ва шу каби бошқа вазифаларни ҳал қилишга хизмат қилади. У бир томондан корхона имкониятларини аниқ ва тўғри баҳолашга имкон берса, бошқа томондан муваффақиятга ва режалаштирилган ишнинг даромадлилигига умид қилишга имкон беради. Амалиётнинг кўрсатишича, пухта ишлаб чиқилган бизнес-режа рақобатбардошлик шароитларида корхоналарнинг ишлаб чиқариш ва молиявий жиҳатдан барқарорлигини таъминлаб, бозордан ўзига муносиб ўрин эгаллашига имкон яратади.

Бизнес-режа инвестицияларни асослаб берувчи умумлаштирувчи ҳужжатлардан дастлабки бўлиб, маҳсулотларнинг режалаштирилаётган номенклатураси ва ишлаб чиқариш ҳажми, сотув бозори ва хом-ашё базаси тавсифномаси, ишлаб чиқаришнинг ер, энергетика ва меҳнат ресурсларига эҳтиёжлари каби кўриб чиқилаётган лойиҳанинг тижорат, бюджет ва иқтисодий самарадорлигига доир тушунча берувчи бир қатор кўрсаткичлар ҳақидаги йириклаштирилган маълумотлардан иборат бўлади. Кўрсаткичлар ҳисоб-китоби мамлакатимиз ва хорижий инвестициялаш талабларига мослаштирилади.

## I-мавзу. БОЗОР, ИҚТИСОДИЁТ ВА БИЗНЕС

### 1.1. БОЗОР, ИҚТИСОДИЁТ ВА БИЗНЕС

#### Режа:

1.1.1. Бозор иқтисодиёти, унинг тамойиллари ва ўзига хос хусусиятлари

1.1.2. Бизнес – бозор иқтисодиётининг устивор соҳаси

1.1.3. Бизнес ва аҳоли бандлиги

1.1.1. Бозор иқтисодиёти, унинг тамойиллари ва ўзига хос хусусиятлари

Инсон, инсоний жамият ва иқтисодиёт бир-биридан ажралмас тушунчалардир. Иқтисодиёт инсон ёрдамида, унинг манфаатлари йўлида вужудга келган бўлиб, бир вақтнинг ўзида ҳам айрим инсонларнинг, ҳам бутун жамиятнинг ривожланишига катта таъсир кўрсатади.

Замонавий иқтисодиёт фани иқтисодиётни буйруқбозлик, бозор ва аралаш турларга ажратади. Буйруқбозлик иқтисодиёти жамиятдаги ишлаб чиқаришда давлатнинг роли етакчи эканлиги билан тавсифланади. Барча мулк давлатга тегишли бўлиб, у томонидан қабул қилинувчи қарорлар иқтисодиётнинг барча соҳа ва тармоқлари учун мажбурий ҳисобланади. **Бозор иқтисодиёти** – тадбиркорлик фаолияти, хўжалик ҳисоб-китоблари, товар ва хизматларни айирбошлашга, талаб ва таклиф ўртасида тартибга солинувчи нисбатга асосланган иқтисодиётдир. Уни баъзида эркин тадбиркорлик тизими деб ҳам аташади. **Аралаш иқтисодиёт** – турли хил шаклларда бўлиб, бозор иқтисодиёти ва давлатнинг иқтисодий жараёнларни тартибга солишдаги иштирокининг уйғунлашуви билан тавсифланади.

Собиқ СССР иқтисодиёти маъмурий-буйруқбозлик иқтисодиётига мисол бўла олади. У 1917 йилда пайдо бўлиб, 70 йилдан ортиқ амалда бўлган. Ўтган асрнинг 80-йиллар охирида буйруқбозлик иқтисодиёти ўрнига бозор иқтисодиёти келиб, у мос келувчи бозор муносабатлари ва мулкчиликнинг турли хил шакллари олиб келди. Буйруқбозлик (марказлашган) иқтисодиётда бошқарув «юқоридан пастга» амал қилган бўлиб, қабул қилинувчи қарорларнинг самарали ва асосланганлиги таъминлаш учун зарур бўлган тесқари алоқа доим ҳам кўзга ташланмаган бўлса, бозор иқтисодиёти ва бозор муносабатлари фаолият турини танлашда эркинликни, тадбиркорлик фаоллиги ва рақобатни кўзда тутди. Бу ерда моддий база бўлиб хусусий мулк хизмат қилади, ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишни эса юқори фойда олиш рағбатлантиради.

Бозор иқтисодиёти қадимги даврларда вужудга кела бошлаган бўлсада, уч юз йилдан бери амал қилиб келмоқда. Товарларни айирбошлаш заруратидан келиб чиққан бозор аста-секинлик билан жамиятдаги иқтисодий алоқаларнинг асосий шаклига айланиб борди. Бозор муносабатларининг ривожланиши билан одамлар товарларни айирбошлаш қандайдир сирли алоқаларга эгаллиги тушуна бошлаган бўлиб, уларни Адам Смит ўз вақтида «кўринмас кўл» деб атаган.

Ҳозирги кунда бозор Адам Смит давридаги ёки К.Маркснинг «Капитал» асарида тасвирланган бозорга унчалик ўхшамайди, албатта. Бироқнинг бозорнинг асоси сезиларли ўзгармаган. Нарх, қиймат, рақобат, талаб ва таклиф – буларнинг барчаси бозор тоифаларидир. Бозор механизмини тўғри тушуниш учун нарх ва қиймат ўртасидаги фарқни тасаввур қила олиш, истеъмол ва айирбошлаш қиймати нима эканлигини, рақобатнинг асосий белгиларини билиш зарур.

Бу ерда яна бир нарсанинг аҳамияти бундан кам эмас: товар айирбошлаш соҳаси сифатида бозор динамикаси юқори бўлиб, барқарорлик даражаси паст ҳамда ўз агентларига талаблари юқорилиги билан ажралиб туради. Бундай шароитларда корхонанинг муаффақиятга эришуви юқорида айтиб ўтилган тоифалардан ташқари бозор эҳтиёжлари ҳамда тадбиркорлик ташаббусининг маҳсулдорлигига ҳам боғлиқ бўлади. Кўпчиликнинг ҳисоблашича, иқтисодиётга бозор тартибларини киритишнинг ўзи етарли, вақтинчалик қийинчиликлар ўтиб кетиши билан жадал суратларда ривожланиш бошланади. Бироқ амалда бундай бўлиши мумкин эмас.

Германия, Корея ва Хитойни эса олайлик. Бу мамлакатлар икки қисмга бўлиб ташланган ҳамда мамлакатнинг бир қисмида бозор иқтисодиёти, иккинчи қисмида эса режали-тақсимот иқтисодиёти амал қилган эди. Бу мамлакатларда яшаган одамлар миллати, тили, дини ва урф-одатлари бир хил бўлсада, улар эришган иқтисодий ривожланиш натижалари бир хил бўлмаган. Демак, ҳар бир давлатнинг гуллаб-яшнаши унинг табиий ресурслари, жумладан, жамиятда тўпланган бойликдан ташқари хўжалик юритиш тизими, иқтисодиётни барча миқёсда бошқариш усул ва услубларига боғлиқ бўлади.

Ривожланган мамлакатлар тўплаган тажрибалар шундан далолат берадики, жамиятнинг гуллаб-яшнашига кўпроқ бозор иқтисодиёти мос келади. Дунёда бозор иқтисодиёти амал қилмайдиган биронта ривожланган давлат йўқ. Бошқача қилиб айтганда, жаҳонда бозорсиз бой мамлакатлар йўқ. Бозорда ҳамкорлар бир-бирини эркин танлайдилар, бу ерда талаб ва таклиф

вужудга келади ҳамда талаб ва таклиф мувозанатидан келиб чиққан ҳолда нарх белгиланади. Бозорда нафақат ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчининг, балки ишлаб чиқарувчиларнинг ҳам мафаатлари бир-бирига тўқнаш келади. Кейинги ҳолатда ишлаб чиқарувчилар манфаатларининг тўқнашуви рақобат кўринишида экс этади.

Юқорида айтиб ўтилганларнинг барчаси биринчи навбатда товар бозорига тааллуқлидир. Бироқ бозор иқтисодиёти таркибида бозорнинг бошқа турлари – товар ва хизматлар бозори, капитал бозори ва ишчи кучи бозори ҳам мавжуд. Ушбу бозор турларининг учаласи бир-бирини тўлдириб туради ва ягона бозор иқтисодиёти механизмини ташкил қилади. Бу механизм самарали фаолият кўрсатиши учун камида иккита шарт бажарилиши лозим – малакали, меҳнатсевар аҳоли ва мос келувчи давлат бошқарувининг мавжудлиги.

Шу билан бир пайтда одамларнинг бозор иқтисодиётига ўтиш учун психологик жиҳатдан тайёрлиги ҳам муҳим роль ўйнайди. Одамларда бозорга мос хулқ-атворни шакллантириш ва бир вақтнинг ўзида уларнинг маънавий қадриятларини сақлаб қолиш бозор муносабатлари шароитларида иқтисодиёт фаолияти учун муҳим замин ҳисобланади. Ўзбекистон Республикаси Президентининг китобида қайд этилганидек, «бозор иқтисодиётини мустаҳкам маънавий, маърифий ва маданий асосга таянган ҳолда яратиш лозим. Ёшларда бозор муносабатлари, ҳаёт қадриятлари тўғрисида юзаки тасаввур пайдо бўлишига йўл қўймаслик керак»<sup>1</sup>.

Бозор иқтисодиётининг асосий белгилари қуйидагилардан иборат:

- ◆ тартибга солинмайдиган талаб, яъни истеъмолчилар (харидорлар) ўз эҳтиёжлари ва тўлов лаёқатларидан келиб чиққан ҳолда нимани ва қанча миқдорда сотиб олишни ўзлари белгилайдилар;
- ◆ тартибга солинмайдиган таклиф, яъни корхоналар ва уларга тенглаштирилган бошқа хўжалик субъектлари бозор талаби ва ресурслар имкониятларидан келиб чиққан ҳолда чиқариладиган маҳсулот номенклатурасини (ассортиментни) ўзлари белгилайдилар;
- ◆ талаб ва таклифни мувозанатловчи эркин нарх ҳосил бўлиши;
- ◆ маҳсулот (товар) ишлаб чиқариш ва сотишда рақобат.

Юқорида санаб ўтилган, бир-бирини инкор этмайдиган асосий белгилар мавжуд бўлганда бозор механизми ўзини-ўзи ташқи муҳитга мослаштириб, тартибга солади ва бу иқтисодиётнинг самарадорлигини белгилаб беради. Ўтиш даври шароитларида бозорнинг мослашуви билан биргаликда

---

<sup>1</sup> И.Каримов «Ўзбекистан иқтисодий ислохатларни чуқурлаштириш йўлида». Т., «Ўзбекистон», 142, 240-бетлар

иқтисодиётнинг давлат томонидан тартибга солиниши ҳам муҳим аҳамиятга эга бўлиб, бу бевосита бошқарув шаклида ҳам, билвосита солиқ ва кредитлар ёрдамида ҳам амалга оширилиши мумкин.

Бозор иқтисодиётининг ўзига хос хусусиятлари қуйидагилардан иборат:

- ◆ узоқ муддатли, барқарор тармоқлараро ва минтақалараро алоқалар асосида шакланган ҳамда чекланмаган диверсификация жараёнлари билан тавсифланувчи ягона бозор маконининг пайдо бўлиши;
- ◆ бир томондан «эҳтиёжларнинг ортиши», иккинчи томондан эса таклифнинг кенгайиши;
- ◆ нархга оид бўлмаган рақобат усулларининг нархга оид бўлган усуллардан устун келиши;
- ◆ рақобатлашувчи ижтимоий гуруҳлар, биринчи навбатда тадбиркорлар ва ёлланма ходимлар ўртасида ижтимоий зиддиятларни бартараф қилишга имкон берувчи иқтисодиётнинг ижтимоий йўналтирилган регуляторлари;
- ◆ товар бозорларида рақобатли муносабатларни фирром рақобат, иқтисодиётнинг монополлашуви ва ҳоказоларга қарши курашга йўналтирилган ҳолда қонуний ва иқтисодий марказлашган тарзда тартибга солиш;
- ◆ акциядорлик ва мулкчиликнинг бошқа жамоавий шакллари ривожлантириш воситасида ҳар бир фуқарони товар бозорларида рақобатли муносабатларга жалб қилиш учун кенг имкониятлар яратиш.

Бозор иқтисодиётининг юқорида айтиб ўтилган ва бошқа бир қатор хусусиятлари иқтисодий муносабатлар субъектларининг бир томондан ижтимоий-иқтисодий мустақиллигига, бошқа томондан эса уларнинг манфатларини мувофиқлаштиришга асосланувчи эркинлик даражасини акс эттиради.

Бироқ, бозор иқтисодиётининг энг муҳим хусусияти шундаки, у жамиятда ишлаб чиқариш жараёнини демократлаштириб, аҳоли бандлигини ошириш ва қонун доирасида «пул ишлаб олишига» хизмат қилади ҳамда бизнес ва тадбиркорлик учун кенг йўл очиб беради.

### 1.1.2. Бизнес – бозор иқтисодиётининг устивор соҳаси

Бизнес («business») сўзи инглиз тилидан олинган бўлиб, иш деган маънони англатади. Бизнес билан машғул бўлган одатда одамлар бизнесменлар, яъни ишбилармонлар деб аталади.

Ли Якокка XX асрдаги бизнеснинг «энг буюк қаҳрамони» ҳисобланади. У дастлаб Генри Форд компаниясида иккинчи раҳбар бўлиб ишлаган, кейинчалик эса унинг рақобатчисига айланган ва «Крайслер» автомобиль корпорациясининг президенти лавозимини эгаллаган. У шундай деб ёзган:

«Бутун ҳаёт бу вақт омилидир. Ўз олдинга аниқ мақсад қўй. қўлингдан келганча таълим ол, сўнгра Худо ҳаққи, бирон нарса қил».

Агар бирон-бир фойдали иш қилинса – бу бизнеснинг албатта бажарилиши лозим бўлган шартидир, бизнеснинг ўзи бозор иқтисодиётининг ишбилармонлик асосидир. Бизнес эркин шахснинг ташаббуси ва ижодкорлиги асосида яратилади. У ёлланма ходимнинг кўр-кўрона буйрукни бажариши, мажбурий меҳнат қилишига қарши қўйилади. Бизнесни ҳаракатлантирувчи куч бу фаоллик, мажбурият, батартиблик ва инсоннинг ўта меҳнатсеварлигидир. Ушбу талабларга асосланмас экан, бизнес якка тарзда амалга ошириладими, жамоавий тарздами, барибир муваффақиятсизликка учраши шубҳасиз.

Инсонни бизнесмен бўлишга мажбур қилиш мумкин эмас, унинг учун фақат тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш, ўз ғоя ва ихтироларини ишга солиш учун шароит яратиб бериш мумкин. Бизнесни бошлашдан аввал қуйидаги асосий тамойилларга амал қилиш лозим бўлади:

1. Бизнеснинг қонун ва қоидаларини яхши билиш.
2. Етарли миқдорда бошланғич капиталга эга бўлиш.
3. Ўз зиммасига олган мажбуриятларни ўз вақтида ва тўлиқ бажариш.

Бизнес билан фақат қўшнилар, дўстлар ёки таниш-билишлар шуғулланаётганлигидан келиб чиққан ҳолда шуғулланиш мумкин эмас. Гап шундаки, бизнес бу доим ҳам муваффақият ёки фойда келтирадиган иш эмас, у бизнесмен учун ҳам, унинг ҳамкорлари учун (жамоавий бизнес ҳолларида) ҳаммаълум бир хавф-хатар ва таваккалчиликлар деганидир. Бизнес жиддий рақобат, ўзаро кураш, доимий изланиш ва қарама-қаршиликларни англатади.

Айрим иқтисодчилар бизнес ва тадбиркорликни янглиш тарзда синоним тушунчалар деб ҳисоблашади. Бошқа иқтисодчилар эса улар ўртасидаги фарқни тўғри англай оладилар. Гарчи улар ўртасида «Хитой девори» бўлмасада, бироқ айрим жиҳатлардаги фарқларни ажратиб кўрсатишимиз мумкин.

### **Бизнес ва тадбиркорлик ўртасидаги фарқлар\***

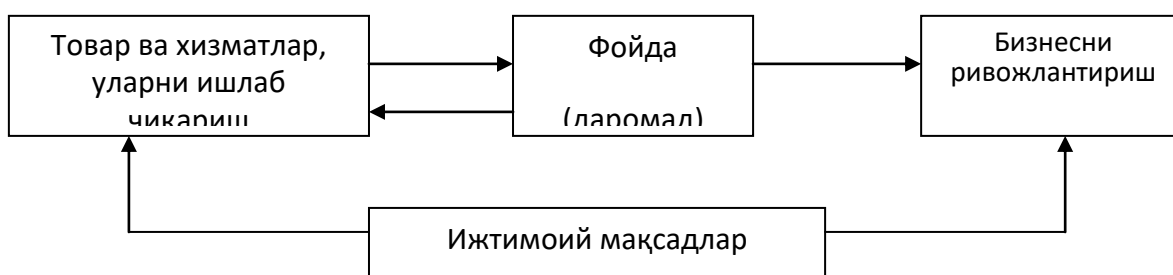
Бизнес	Тадбиркорлик
1. Эришилган муваффақиятни мустаҳкамлашга интилиш, фаолиятнинг репродуктив характери	1.Ташаббускорлик, уддабурронлик, изланувчанлик, ижодкорлик, серғайратлик

\* Ушбу жадвал ва схемани матннинг электрон версияси орқали слайд шаклида диапроектор орқали намойиш этиш мумкин. 2-илова

2. Фойда (даромад) келтирадиган ишга эга бўлган шахс	2. Ишга эга бўлган шахс
3. Капиталга эга	3. Бошланғич капиталга эга бўлмаслиги мумкин
4. Менежерлик иқтидорига эга, доимийликка интилади, фикран ва хатти-ҳаракатларда консерватор	4. Таваккалчиликка мойиллик, новаторлик, «илоҳий» иқтидорга эгалик
5. Капиталдан даромад олиш	5. Тадбиркорликдан фойда олиш
6. Амалиётда кўпроқ учрайди	6. Амалиётда камроқ учрайди

Бизнес ва тадбиркорлик соҳалари кўп ҳолларда «кичик» иқтисодиёт деб аталади. Амалиётнинг кўрсатишича, кичик бизнес келгусида йирик тадбиркорликка, кичик тадбиркорлик эса йирик бизнесга айланиши мумкин. АҚШ, Германия, Япония ва Кореядаги кўплаб автомобиль фирмалари айнан шу йўлни босиб ўтган. Ривожланган мамлакатларда, айниқса, АҚШда ишбилармонлар ва тадбиркорлар миллатнинг «олтин фонди» ҳисобланиши бежиз эмас, бу мамлакатларда халқ орасида тадбиркорлик руҳининг сўнмаслигига алоҳида эътибор қаратилади.

Бизнес бу аввало иш эканлиги сабабли, у амал қилувчи соҳадан келиб чиққан ҳолда қишлоқ хўжалиги, саноат, савдо ва банк бизнеси каби турларга тақсимланади. Ишлаб чиқариш миқёсига боғлиқ ҳолда эса бизнесни кичик, ўрта, йирик ва халқаро бизнес турларга ажратиш мумкин. Бироқ бизнеснинг



исталган шакли ва миқёсида ҳам унинг пировард мақсади фойда ёки даромад олиш ҳисобланади. Бизнеснинг ушбу пировард мақсадини қуйидаги схемадаги\* каби акс эттириш мумкин.

Бугунги кунда бизнес ва тадбиркорликнинг аҳамиятини кўпчилик тўғри тушунган ва англаган, чунки уларнинг асосида доим ҳам фойда келтирувчи ишни йўлга қўйиш, бошқача қилиб айтганда пул тўплаш ётмайди, балки ўзига, оиласига, бутун жамиятга фойда келтириш биринчи

ўринга қўйилади. Бизнесмен, тадбиркор – биз илгари ўйлагандай, бизга ўргатишгандай капиталист эмас, у ташаббускор, ўз фаолиятида муваффақиятга эришиш истагига эга бўлган шахсдир. Бунда бизнесмен (тадбиркор) ёки унинг командасидан (жамоавий бизнесда) бошқа бирор киши муваффақиятни таъминлаши аҳамиятга эга эмас, тадбиркорлик иши амалдаги қонунчилик қоида ва нормаларига мос келса бўлди. Бундай қонун-қоидалар доирасидан ташқарида ташкил этилган тадбиркорлик фаолиятининг «яширин» ва табиийки, ноқонуний, жамиятга қарши фаолият деб аталиши бежиз эмас.

Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Сессиясида Президент Ислон Каримов айтиб ўтганидек, «мамлакатимизда хусусий мулк эгаларининг кўпайиши жамият барқарорлиги ва фаровонлигининг кафолати бўлиб хизмат қилади. Тадбиркорликнинг эркинлиги учун иқтисодий ва ҳуқуқий шарт-шароитлар яратиш, кичик ва ўрта бизнеснинг кенг ривожланиши учун барча каналларни очиб бериш зарур. Тадбиркорлик тузилмаларининг кредит ресурсларидан, айниқса, халқаро молия ташкилотлари линияси бўйича кредит олиши учун қулай механизмни яратиш лозим. Уларнинг молиявий, банк ва бозор тузилмалари билан ўзаро алоқаларини мустаҳкамлаш керак»<sup>1</sup>.

Ҳозирги шароитларда бизнес ва тадбиркорликнинг ташкилий шакллари кичик бизнес корхоналари ва микрофирмалар, қишлоқ хўжалигида эса фермер ва деҳқон хўжаликлари ҳисобланади. 1999 йилда уларнинг умумий сони республика бўйича 150,8 мингта, 2000 йилда 175,6 мингта, 2003 йилда 240 мингта бўлган бўлса, 2005 йил бошида 300 мингтага етди.

Иқтисодиётнинг асосий тармоқларида ишлаб чиқаришда кичик корхона ва микрофирмалар улуши қуйидагича: саноатда 4,7%, қишлоқ хўжалигида – 8,7, қурилишда – 10,3 ва савдода – 10%.

Кичик бизнес (КБ) корхоналари энг арзон, осон бошқарилувчи бозор конъюнктураси ўзгаришларига тез мослашувчан субъектлар ҳисобланади. Улар йирик корхоналардан фарқли ўлароқ, атроф-муҳитнинг ёмонлашувига кам таъсир кўрсатади, жиддий экологик муаммоларга олиб келмайди. Капитал сифимининг кичиклиги ва мослашувчанлиги туфайли бизнес ва тадбиркорлик соҳаси корхоналари ишлаб чиқаришни модернизациялаш ва чиқарилаётган маҳсулот ассортиментини янгилашда йирик корхоналарга нисбатан кўпроқ муваффақиятга эришади ва демак, бозор талабига тезроқ мослашиб олади.

Фан-техника тараққиёти кучайиб, юқори технологиялар, меҳнат куруллари ва асбоб-ускуналар тез-тез ўзгариб турган иқтисодиёт

глобаллашуви – ҳозирги кунда бизнес ва тадбиркорлик корхоналари яратилаётган ва фаолият кўрсатаётган муҳит айнан шундайдир. Бошқарув харажатларининг нисбатан камлиги, фаолиятнинг кўп функционалиги иқтисодий муваффақиятга тез эришиш имкониятлари КБ ва тадбиркорлик корхоналарини жамиятнинг иқтисодиёт структурасида устивор бўлишини белгилаб беради.

Кичик ва ўрта бизнес, хусусий тадбиркорлик иқтисодиётнинг нодавлат секторида карвонбоши ҳисобланиши шубҳасиз, албатта. Бундан ташқари, муҳим структура яратувчи омил сифатида КБ корхоналари иқтисодиётнинг нодавлат сектори ривожланишига бевосита таъсир кўрсатадилар (1-жадвал).

1-жадвал

Ишлаб чиқаришда нодавлат секторининг улуши (%да)

Кўрсаткичлар номи	1991 й.	1995 й.	2000 й.	2001 й.	2004 й.
Саноат маҳсулотлари	10,0	51,0	65,4	68,3	
қишлоқ хўжалик ялпи маҳсулоти	66,0	97,0	99,0	99,2	
қурилиш ишлари	7,6	62,1	81,2	93,7	
Чакана товар айланмаси	52,5	91,7	96,8	97,8	
Пули хизматлар	14,0	30,4	57,1	65,6	
Асосий капиталга инвестициялар	24,4	44,9	34,6	40,2	

Бугунги кунда иқтисодиётнинг нодавлат сектори ҳиссасига ишлаб чиқарилаётган ЯИМнинг 73,3%, жами саноат ишлаб чиқаришининг 71,4% қисми, деярли барча қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари, чакана товар айланмаси ва аҳолига кўрсатилувчи пулли хизматлар тўғри келади. Ҳозирги пайтда мамлакатда яратилаётган ялпи ички маҳсулотнинг тахминан 35,6% қисми хусусий сектор улушига тўғри келади.

Давлат бизнес ва тадбиркорликни кенгайтириб, ҳуқуқий жихатдан муҳофаза қилмоқда ҳамда хусусий мулк салмоғи катта бўлган миллий хўжаликнинг тўлақонли фаолият кўрсатишига интилоқда. Охириги йилларда

кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш учун чет эл кредит линиялари бўйича ажратилган ресурслар миқдори 500 млн АҚШ долларидан ошиб кетди. Бизнесни маҳаллий миқёсда қўллаб-қувватлаш эса чет элликлар ёрдамидан кам бўлаётгани йўқ. 2002 йилда тижорат банклари томонидан КБ субъектларига берилган кредитлар ҳажми 265 млрд сўмни ташкил этган бўлса, 2004 йилга келиб 353,6 млрд.сўмга етди.

Ўзбекистонда иқтисодий ислохотларни чуқурлаштиришнинг устувор йўналишлари қаторига хусусий тармоқ ва кичик тадбиркорликни (бизнесни) (КБ) ривожлантириш киради. Шу нуқтаи назардан ҳам уларни ривожлантиришни жадаллаштириш ва ЯИМдаги улушини кўпайтириш, бозор иқтисодиётига мос товар ва хизматлар бозорини шакллантириш ҳамда маҳсулот экспортини оширишда асосий вазифалар қуйидагилар ҳисобланади: давлат ташкилотларини хусусий тадбиркорлик фаолиятига аралашувини чеклаш, хусусий тадбиркорларни ресурслар ва сотиш бозорларида иштирокини кенгайтириш, молиявий қўллаб-қувватлаш ва қўшимча солиқ имтиёзларини жорий этиш.

2004 йилда кичик тадбиркорлик фаолияти ва унинг мамлакат иқтисодий ўсишида, янги иш ўринлари яратиш ва аҳоли даромадлари ошишида хиссасининг ўсганлиги билан таснифланади.

Кичик тадбиркорликни рағбатлантириш бўйича амалга оширилган кенг қамровли чора-тадбирлар, хусусан, тадбиркорликни эркин фаолият юритиши учун кафолатларнинг таъминланганлиги, уларни давлат томонидан рўйхатга олишнинг ихчам механизмнинг жорий этилиши, кредит маблағларидан фойдаланиш доирасининг кенгайиши (2004 йилда тижорат банклари томонидан КБ субъектларига 353,6 млрд. сўм ёки 2003 йилга нисбатан 71,4 млрд.сўмга кўп ми.дорда кредитлар берилди), қулай макроиқтисодий муҳитнинг шаклланганлиги (инфляциянинг паст даражаси – 3,7%), миллий валюта курси бар.арорлиги, КБнинг ЯИМдаги улушини 35,6%гача ўсишини ёки 2003 йилга нисбатан 0,6% даража юқори бўлишини таъминлади<sup>2</sup>.

Бозор ислохотларини чуқурлаштириш, хусусий сектор позицияларини мустақамлаш ҳамда бизнес ва тадбиркорлик соҳасини жадал суратларда ривожлантириш учун қўйилган катта қамдамлардан бири сифатида мамлакат Президентининг 2003 йил 24 январда чиқарилган «Ўзбекистон

---

<sup>2</sup> Ўзбекистон иқтисодиёти. Таҳлилий шарҳ./ №8, Самамарали иқтисодий сиёсат маркази, Иқтисодий ислохотлар Лойихаси USAID , Т.: март 2005. – 30-бет. [www.ceep.uz](http://www.ceep.uz), [www.bearingpoint.uz](http://www.bearingpoint.uz), [www.pca.uz](http://www.pca.uz)

иқтисодиётида хусусий сектор салмоғи ва аҳамиятини тубдан ошириш чоратadbирлари тўғрисида»ги Фармони кўрсатиш мумкин.

Бу шароитларда одамлар психологиясини ўзгартириш, тадбиркорлик мотивацияси тизимини яратиш муҳим аҳамият касб этади. Гап шундаки, бизнес ва тадбиркорлик «юқоридан» берилган чақирик ва ташаббус эмас, балки инсоннинг, бутун жамиятнинг ҳаётий эҳтиёжи бўлиши лозим. Бизнес ва тадбиркорликни моддий ишлаб чиқаришни ривожлантириш ҳамда мавжуд ва ишлаб чиқаришга жалб қилинаётган ресурслардан самарали фойдаланишга йўналтириш муҳим. Жаҳон тажрибасининг кўрсатишича, айнан ишлаб чиқариш йўналишидаги бизнес туфайли кўплаб /арб мамлакатлари, ҳозирги кунда эса Шарқ мамлакатлари ҳам ишлаб чиқариш кучларини ривожлантириш ва иқтисодиётнинг гуллаб-яшнашига эришган.

Шу сабабли ишлаб чиқариш йўналишидаги, яъни олди-сотдига эмас, балки аҳоли ва жамият учун керакли маҳсулот чиқаришга асосланган бизнесни ривожлантириш иқтисодиётнинг устивор йўналишига айланган. Ривожланишнинг айнан шу йўли миллий бойликларни кўпайтиришга хизмат қилади.

### **1.1.3. Бизнес ва аҳоли бандлиги**

Бизнес кеча ёки ўтган куни пайдо бўлгани йўқ. У товар муносабатлари каби узоқ ўтмишга бориб тақалади. Маҳсулот ишлаб чиқаришни ўрганиб олгач, одамлар кейинчалик айирбошлаш, савдо қилиш, қарзга бериш, четга олиб чиқиш, четдан олиб келиш ва ҳоказоларни ҳам ўргандилар. Бу билан улар ҳамма вақт, ҳамма мамлакатларда ва ҳар қандай шароитларда, кўпроқ бу нарса зарур ва фойдали бўлганда шуғулланганлар. Бизнес шакллари, унинг кадриятлари ва маданият билан муносабатлари кўп жиҳатдан муайян тарихий вазиятга, иқтисодиётнинг ривожланиш вазифалари ва ҳолатига боғлиқ бўлган.

Ўзбекистон мустақилликка эришгач, ўз олдида ҳуқуқий ва демократик давлат куриш вазифасини мақсад қилиб қўйди. Бугунги иқтисодий ислохотлар йўналиши мамлакатнинг иқтисодий салоҳиятини ошириш, тадбиркорлик фаолиятини рағбатлантириш, корхоналарнинг иқтисодий эркинлигини кенгайтириш ва миллий фаровонликни таъминлашдан иборат. Бизнес ва тадбиркорлик, айниқса, кичик, ўрта ва хусусий бизнес ЯММни шакллантириш асосий бўғинга айланишдан ташқари, аҳоли бандлиги ва даромад манбаининг муҳим омилига айланиши лозим.

Ҳозирги пайтда иқтисодиётда банд бўлганларнинг деярли учдан икки қисми бизнес ва тадбиркорлик соҳасида меҳнат қилади. 2002 йилда республика бўйича 38 мингга яқин микрофирмалар, кичик ва ўрта корхоналар яратилиб,

тадбиркорликни ривожлантириш ҳисобига 370 мингта янги иш жойи пайдо бўлди, бу кўрсаткич башорат қилинган кўрсаткичдан 1,5 барабар кўпдир. Таққослаш учун эслатиб ўтамизки, 1996 йилда иқтисодиётнинг инкироздан сўнг кўтарилиши кузатилиб, 280 мингта янги иш жойи, жумладан қишлоқ хойларда 165 мингта иш жойи яратилган.

Ўзбекистон табиий-иқлим шароитларидан ташқари аҳоли сонининг тез ўсиши, айниқса меҳнат ёшидаги кишиларнинг кўпайиши билан ажралиб туради. Ҳисоб-китобларнинг кўрсатишича, аҳолининг ўртача йиллик ўсиши 2,0% атрофида экан. 1991-2002 йиллар мобайнида республикамиз аҳолиси 23,8%, хусусан, меҳнатга лаёқатли кишилар сони 32,1% ўсган. Мамлакат раҳбарияти томонидан ўсиб бораётган меҳнатга лаёқатли аҳолини иш билан таъминлаш бўйича зарур чора-тадбирлар амалга оширилмоқда. Агар йилига меҳнат ресурслари сони 250-300 минг кишига ўсаётган бўлса, мамлакатда деярли шунча янги иш жойлари ҳам яратилмоқда.

Бироқ аҳолининг меҳнат билан бандлик муаммосини тўлиқ ҳал қилинган деб ҳисоблаш нотўғри бўлур эди. Агар 1990 йилда бандлик даражаси 73,0% бўлган бўлса, мустақиллик йилларида бу кўрсаткич сезиларли ўзгармаган бўлиб, бугунги кунда 72-74% атрофида ҳисобланади. Аҳолининг 60%дан кўпи қишлоқ жойларда яшашини ҳисобга оладиган бўлсак, бу ерда аҳолининг иш билан ва даромад манбаи билан таъминлаш муаммоси долзарблигича қолмоқда.

Бандлик табиатини тавсифловчи яна бир кўрсаткич ишсизлик даражаси бўлиб, расмий маълумотларга кўра у республикамизда 0,4%га тенг. Масалан, Германия ҳудудида бу кўрсаткич 20,0%, бир қатор МДҲ мамлакатларида эса 12-18% атрофида. Халқаро стандартлар бўйича ишсизлик даражаси 5-6% чегарасида бўлиши мумкин. Демак, Ўзбекистонда ишсизлик муаммоси, меҳнатга лаёқатли аҳолининг меҳнат билан бандлик муаммоси йўл кўйиш мумкин бўлган даражада бўлиб, энг муҳим аста-секинлик билан бўлсада, ҳал қилинмоқда.

Бироқ бу билан хотиржамликка берилиш мумкин эмас. Вақт ва ҳаётнинг ўзи, шунингдек, мамлакатнинг иқтисодий салоҳиятни ошириш вазифалари меҳнатга лаёқатли аҳолини фаоллаштиришни талаб қилади. Айнан меҳнат ресурслари ва уларнинг хўжалик ишларига жалб қилиниши иқтисодий ўсиш ва миллий бойликларни кўпайтиришнинг асосий омилларидан бири ҳисобланади. Шу сабабли аҳоли бандлигини таъминлаш ва ишсизликни қисқартириш барча миқёсдаги иқтисодий бошқарув органларининг муҳим вазифаси ҳисобланади.

Ушбу вазифани бажаришнинг муҳим йўли кичик ва ўрта корхоналар сонини кўпайтириш, шунинг, хусусий тадбиркорликни ҳар томонлама рағбатлантиришдир. Бунда уларнинг ривожланиши вертикал бўйича, яъни ишлаб чиқариш турлари ва тармоқлар бўйича эмас, балки горизонтал бўйича – вилоятлар, шаҳар ва туманлар бўйича амалга оширилиши лозим. Масалан, пойтахтда яратилаётган ЯИМда КБ ва ХТ субъектлари улуши 54% бўлса, республика вилоятлари бўйича бу кўрсаткич 14-33% атрофида. Бу эса бизнес ва тадбиркорлик соҳасининг минтақавий салоҳиятларидан етарлича фойдаланилмаётганлигидан дарак беради.

Республикаимиз ялпи ички маҳсулотида кичик бизнес улуши 2005 йилда 35,6% бўлиб, бу кўрсаткич АҚШ, Германия ва Японияда – 50-65%га тенг, АҚШ аҳолисининг 5-6%ини ташкил этувчи фермерларнинг бутун мамлакат аҳолисини «боқиши» мамлакатимизда бизнес ва тадбиркорликнинг улкан имкониятларидан фойдаланилмаётганидан далолат беради. Бевосита меҳнат билан бандликка келадиган бўлсак, бу кўрсаткич Германияда 55%, Буюк Британияда 65%, Японияда 80%, АҚШда эса 70%га тенг.

Мамлакатимизда бизнес ва тадбиркорликни ривожлантиришни рағбатлантириш ва қўллаб-қувватлаш, шунингдек, республикаимизда амалга оширилаётган ижтимоий-иқтисодий ўзгаришларда КБ ва ХТ фаолиятини активлаштириш мақсадида 2000-2005 йиллар учун махсус Давлат дастури қабул қилинди. Хусусан, 2005 йилгача хорижий молиявий институтлардан 1 млрд. АҚШ доллари йўналтириш, тижорат банклари ва бошқа муассасалар томонидан молиявий қўллаб-қувватлашни кучайтириш кўзда тутилган.

Ушбу воситалар асосан хом-ашёни қайта ишлаш, йирик саноат корхоналарининг мувозанатлаш, эркин иқтисодий ҳудудларни яратиш, сервис ва хизмат кўрсатиш бозорини ривожлантириш ва аҳоли бандлигини оширишга йўналтирилади.

Бизнес ва тадбиркорлик соҳаси аҳоли бандлиги таъминлаш учун қулай «машқ майдони» деб оладиган бўлсак, КБ ВА ХТ субъектларининг зарар кўрмаслиги ва айниқса банкротга учрамаслигига ҳаракат қилиш лозим. Гап шундаки, кўплаб кичик тадбиркорлик структуралари икки-уч йилдан сўнг молиявий қийинчиликлар, ҳамкорлар, таъминотчилар ва истеъмолчилар ишончини қозониш ҳамда қонунчиликнинг мукамал эмаслиги каби сабаблар туфайли ўз фаолиятини тўхтатишга мажбур бўладилар. Бироқ кўпинча уларнинг банкротга учрашига корхоналар раҳбарияти сабабчи бўладилар. Улар одатда малакали инженер, уста мутахассислар ҳисоблансада, яхши менеджер ёки молиячи бўла олмайди, бухгалтерия

ҳисоби, нарх ҳосил бўлиши, бизнесни режалаштириш ва ҳоказолардан яхши хабардор бўлмайди.

Банкротга учраш бозор иқтисодиёти ва рақобат шароитларида қонуний ҳолат бўлсада, бунга йўл қўймаслик муҳим аҳамият касб этади. Банкротлик нафақат ишбилармон ёки тадбиркор учун, балки давлат учун ҳам зарар келтиради. У ишлаб чиқариш миқёсидан ташқари аҳоли бандлигини ҳам камайтиради ва ишсизликка олиб келади.

Халқ орасида «Касал ва камбағал бўлгандан кўра бой ва соғлом бўлган яхши» кенг тарқалган. Агар бу қонидани хўжалик субъектларига тадбиқ этадиган бўлсак, «зарар келтирувчи корхона бўлгандан кўра рентабелли, фойда келтирадиган корхона бўлган яхши» дейиш мумкин бўлади. Зарарсизлик, фойда келтириш нафақат корхоналар молиявий барқарорлигининг, балки бутун мамлакатнинг иқтисодий ўсиши ва ижтимоий фаровонлик гаровидир. Шу сабабли у макро ва микроиқтисодиётнинг талабларига жавоб беради. Бироқ бу нарса афсуски, ўз-ўзидан, автоматик равишда юз бермайди. Бунинг учун зарур куч-қувватлар, ресурслар базаси, янги инвестициялардан ташқари ташкилотчилик иқтидори, новаторлик, мунтазам ижодий изланиш, яъни биз моҳирона раҳбарлик деб атаёдиган хислатлар керак бўлади. Бизнес ва тадбиркорлик бундан истисно эмас.

Шуни алоҳида қайд этиш керакки, бизнес ва тадбиркорликнинг ривожланиши, иқтисодиётнинг нодавлат сектори кучайиши, хусусан бу секторда аҳоли бандлигининг ўсиши корхоналарни давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш йўли билан амалга оширилади.

2002 йилда икки мингдан ортиқ давлат корхоналари ва объектлари мулкчилик шаклини ўзгартирган бўлиб, бу хусусийлаштириш дастурида кўзда тутилгандан 1,5 баравар кўп бўлди. Давлат корхоналари ва объектларининг катта қисми (1260 та) тўлалигича хусусий мулкка айлантирилди. «Электрохимпром», «Навоиазот», «Аммофос», «Ўзбекрезинотехника», Тошкент ва Фарғона ИЭМ, Сирдарё ГРЭСи, Тошкент йўловчи ва юк вагонларини таъмирлаш заводи, иссиққа чидамли ва қийин эрийдиган материаллар комбинати каби бир қатор йирик саноат бирлашмалари ўз мулкчилик шаклини ўзгартирди.

Институтционал ўзгаришлар давлат тасарруфидан чиқариш ва корхонларни хусусийлаштиришни 2003 – 2004 йилларга мўлжалланган Дастури асосида амалга оширилди. 2004 йилда 1228 та корхоналар, ишлаб

чиқариш ва ижтимоий инфратузилма объектлари (объектлар деб аталади), жумладан, 4-чорақда 262 та корхона ва объектлар нодавлат мулк шаклига айлантирилди, бу эса, ўтган йилнинг мос даврига нисбатан 80,8% ва 53,5%ни ташкил этади.

Кейинги икки йилда давлат корхоналари ва объектларининг бошқа мулк шаклига айлантирилишини пасайиши қонуний жараён дир.

2003 йил бошида оммавий давлат тасарруфидан чиқаришнинг ниҳоясига етиши натижасида бошқа мулк шаклларига айлантириладиган давлат объектларининг сони камайган.

2004 йилда нодавлат мулк шаклига айлантирилган объектлар тармоқлар миқёсида нефт ва газ саноати корхоналари (119), Халқ таълими вазирлиги (100), қишлоқ ва сув хўжалиги вазирлиги (94), Соғлиқни сақлаш вазирлиги (66), “Ўзпахтасаноат” уюшмаси (51), ҳудудий миқёсда эса, Тошкент шаҳрида (211), Фарғона (128), Сурхондарё (118), ва Тошкент вилоятларида (103) жойлашган объектлар кўпчиликини ташкил этади.

2004 йилда давлат корхоналари мулки ва объектлари негизида 28 та акциядорлик жамиятлари, 162 та маъсулияти чекланган жамиятлар ва 1038 та хусусий корхоналар ташкил этилди. Ўтган йилга нисбатан акциядорлик жамиятлари (2,7 марта) ва маъсулияти чекланган жамиятлар (1,7 марта) ташкил этишнинг кескин қисқариши асосан кичик корхоналар ва объектларнинг хусусий шахсларга сотилиши ҳисобига нодавлат мулк шаклига айлантирилиши билан боғлиқ.

2003 йилда бошланган давлат ва акционерлик жамиятларининг аввал жойлаштирилмаган ва устав фондида давлат улуши бўлган маъсулияти чекланган жамиятлар акциялар пакети, шунингдек, корхоналар ва объектлар мажмуалари мулклари тўлиқ, жумладан, аввал 100 фоизли давлат активлари билан хўжалик жамиятларига айлантирилган корхоналарни хусусий мулкка айлантришни кенг доирада амалга ошириш давом эттирилди. 2004 йилда: 1418 та акционерлик жамиятлари акциялари пакети, шу жумладан, 2004 йилда 446 та акционерлик жамиятлариники; 494 та маъсулияти чекланган жамиятларнинг устав фондидаги улуши, шу жумладан 2004 йилда 365 та; 1657 та корхоналар ва объектлар тўлиқ мулк мажмуалари, шу жумладан, 2004 йилда 1003 таси сотилди. Натижада, собиқ тармоқ вазирликлари негизида тузилган республика хўжалик бирлашмалари (“Ўзгўштсаноат”, “Озиқ-овқат саноат”, “Ўзэлтехсаноат” уюшмалари ва бошқалар) устав фондида давлат улуши бўлган корхоналар деярли қолмади, бошқаларида эса,

(“Ўзбекенгилсаноат” ДАК, “Ўздонмахсулот” АК ва бошқалар) бундай корхоналар сони кескин қисқарди.

2004 йилда тегишли ҳукумат қарорларини бажариш ва давлат активларини сотишни янги механизмларини амалиётга қўллаш кенгайтирилди. Хусусан, бошланғич баҳосини босқичма-босқич камайтириб бориш механизмини қўллаш йўли билан 290 та акционерлик жамиятларининг 9,9 млрд. сўмлик акциялари пакети сотилган, бу эса, ушбу акциялар бошланғич қийматидан 2,3 млрд.сўм юқоридир, шунингдек, 486 та кўчмас мулк объектлари 3,6 млрд.сўмга сотилган<sup>3</sup>.

Эндиги навбатда бу корхоналар биринчидан, ишлаб чиқариш айланмасини сусайтирмаслиги, иккинчидан, ишлаб чиқаришнинг рентабелли ва фойда келтирадиган бўлишига эришиши, учинчидан, аҳоли бандлигини оширишга хизмат қилиши лозим. Бу ишга корхоналар фаолият кўрсатувчи ва меҳнат қилишга тайёр турган аҳоли истиқомат қилувчи ҳудудларнинг маҳаллий ҳокимлик органлари ҳам ўзининг муносиб ҳиссасини қўшишлари зарур.

Ушбу жараёни амалга оширишда ривожланган мамлакатларнинг аксариятида бўлгани каби, йирик корхона, бирлашма ва ассоциацияларнинг эътиборини кичик ва ўрта корхоналар тузишга қаратиш лозим. Гап шундаки, айниқса кичик корхона ва микрофирмалар техник жиҳатдан кучли жиҳозланмаган бўлиб, бозорга кириб боришда йирик корхоналарга нисбатан кўпроқ қийинчиликларга жуч келади. Шу сабабли йирик корхоналар корпоратив манфаатлар билан чегараланиб қолмасдан кичик корхоналарни, жумладан, шўъба корхона ва бўлимларни яратишга кенг йўл чиб беришлари зарур. Ўз навбатида, кичик корхоналар ҳам йирик ишлаб чиқариш комплекслари, янги техника ва технологиялар ишлаб чиқиш билан шуғулланувчи илмий-техника марказлари билан доимий мулоқотда бўлишлари лозим. Бир сўз билан айтганда, корхоналарни яратиш ва уларнинг фаолият кўрсатиш жараёни уларнинг ҳажми, қайси тармоққа мансублиги ва мулкчилик шаклидан қатъи назар миллий иқтисодиётнинг ривожланиши, аҳолининг меҳнат билан бандлиги ва турмуш фаровонлигининг ўсишига хизмат қилиши лозим.қисқача хулосалар

XX асрнинг сўнги ўн йиллиги бир томондан дунё харитасида ёш мустақил давлатлар пайдо бўлиши билан, иккинчи томондан эса бозор иқтисодиётига ўтиш, интеграция жараёнларининг кучайиши, демократик

---

<sup>3</sup> Ўзбекистон иқтисодиёти. Таҳлилий шарҳ./ №8, Самамарали иқтисодий сиёсат маркази, Иқтисодий ислохотлар Лойиҳаси USAID , Т.: март 2005. –28-бет. www.ceep.uz, www.bearingpoint.uz, www.pca.uz

бошқарув тамойилларининг ривожланиши билан тавсифланади. Бизнес ва иқтисодиёт барча собиқ шўро мамлакатларида жамият ривожланишининг рамзий белгисига айланди.

Бугунги кунда кўплаб мамлакатлар, хусусан Ўзбекистон ҳам ривожланишининг бозор йўлидан кетмоқда. республикаимиз учун бозор иқтисодиётига ўтишнинг ўзига хос моделнинг назарий асослари Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг асарларида баён қилинган. Бозор иқтисодиёти шароитларида ишлаб чиқариш самарадорлиги стимули бўлиб фойдалилик (даромадлилик), унинг базаси бўлиб эса хусусий мулк хизмат қилади.

Бозор иқтисодиётини олға томон ҳаракатлантирувчи куч бу рақобатдир. У ишлаб чиқаришни кенгайтириш, маҳсулот сифатини ошириш ва унинг нархини пасайтиришни рағбатлантириб, ишлаб чиқарувчиларни фан-техника тараққиёти билан ҳамнафас қадам ташлашга, замонавий техника ва технологиялар, меҳнат ва ишлаб чиқаришни ташкил этишнинг прогрессив усулларидан фойдаланишга мажбур қилади.

Бозор иқтисодиётининг устивор соҳаси бизнес ва тадбиркорлик бўлиб, уларнинг ташкилий шакллари кичик ва ўрта корхона ҳамда микрофирмалар, қишлоқ хўжалигида эса деҳқон ва фермер хўжаликлари ҳисобланади. Кичик ва ўрта бизнес иқтисодиётнинг нодавлат секторида карвонбоши ҳисобланади.

Бозор муносабатлари шароитларида иқтисодий фаолият маркази жамият учун керакли маҳсулот ишлаб чиқарувчи ва зарур хизматлар кўрсатувчи корхоналар томон ўзгаради. Бундай корхоналарда шунингдек, юқори малакали кадрлар ҳам жамланади. Шу сабабли корхоналарнинг яратилиши ва фаолият кўрсатишига, айниқса, бизнес ва тадбиркорлик соҳасида мамлакат иқтисодиётининг ривожланиши ва аҳоли бандлигининг ўсиши ҳам боғлиқ бўлади.

### **Мавзу бўйича таянч иборалар**

Бозор иқтисодиёти. Аралаш иқтисодиёт. Нарх, қиймат, рақобат, талаб ва таклиф. Товар бозори. Бозор иқтисодиётининг асосий белгилари. Бизнес. Бизнесни бошлашги асосий тамойиллар. Тадбиркорлик. Бизнеснинг пировард мақсади. Бизнес ва тадбиркорликнинг ташкилий шакллари. Нодавлат сектори. Кичик тадбиркорликни рағбатлантириш. Бизнес ва аҳоли бандлиги. Ресурслар базаси. Институтционал ўзгаришлар. Давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш. Акциядорлик жамиятлари, маъсулияти чекланган жамиятлар, хусусий корхоналар.

### **Муҳокама ва назорат саволлари**

1. «Иқтисодиёт» тушунчасига таъриф беринг ва унинг мазмунини фан ва хўжалик нуқтаи назаридан очиб беринг.

2. Бизнес бу нима? Бизнес ва тадбиркорликни бир-биридан ажратиб турувчи хусусиятларни келтиринг.

3. Бизнес ва тадбиркорликнинг қандай ташкилий шакллари биласиз?

4. Бозор иқтисодиётининг моҳиятини сиз қандай тушунасиз? Нима сабабли бозор иқтисодиётига ўтиш объектив аҳамият касб этди, бунинг асосий сабаблари нимада?

5. Бозор иқтисодиётининг афзал томонларини санаб беринг.

6. Президент И. Каримовнинг қайси асарларида бозор муносабатларига ўтишнинг назарий асослари баён қилинган?

7. Бизнесни ташкил этишдаги амал қилиш лозим бўлган дастлабки тамойилларни изоҳланг.

8. Нима сабабдан кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш иқтисодиётнинг устивор йўналишларидан бири ҳисобланади ва унинг Ўзбекистон аҳолиси бандлик структураси ўзгаришидаги роли қандай?

9. Ишлаб чиқаришдаги нодавлат секторининг улуши қандай, унинг ўзгариш динамикасини изоҳланг.

#### *Тавсия этиладиган адабиётлар*

1. Ўзбекистон иқтисодиёти. Таҳлилий шарҳ/ №8, Самамарали иқтисодий сиёсат маркази, Иқтисодий ислохотлар Лойиҳаси USAID , Т.: март 2005. [www.ceer.uz](http://www.ceer.uz), [www.bearingpoint.uz](http://www.bearingpoint.uz), [www.pca.uz](http://www.pca.uz)
2. Абдуллаев А., Айбешев Х. Бизнес режа. Ўқув қўлланма. Т.: «Молия», 2002. - 72бет.
3. Махмудов Э.Х., Исаков М.Ю. Бизнес планирование. (Учебное пособие). – Т.: Издательство Литературного фонда Союза писателей Узбекистана, 2004.
4. Бизнес-план инвестиционного проекта: методические указания /БГСХА; Сост. К.К.Шебеко и др. Горки,2002.
5. Крўлова Г.Д., Соколова М.И. Маркетинг: Теория и 86 ситуаций - учебное пособие для вузов-М: Юнити-Дана, 2000.
6. Новая конкуренция. Институтў промышленного развития. Бест М.- М.: ТЕИС, 2002.- 356 с.
7. Конкурентнўе стратегии транснациональнўх компаний в 90-е гг. ХХ начала ХХІ в. Лучко Ш.Л.- М.: Эконом. Факульт., 2004.- 256 с.
8. Регион на перекрестке Востока и Запада: глобализация и конкурентоспособность. Под. Науч. Ред. Н.Я. Калюжновой, К.Л. Лидина, Н.Я. Якобсона.- М.: ТЕИС, 2003.- 359с.
9. Ценў и ценообразование. И.К. Салимжанов, О.В. Португалова, В.Е.Новиков и др.- М.: ТК Велби, Изд. Проспект, 2004.- 360с.
10. Финансовўй менеджмент. Колб Р.В., Родригес Р. Дж. Пер. 2-го англ. издания. Предисл. к русск. изд. к.э.н. Драчевой Е.Л.- М: изд. “Финпресс”, 2001.- 496с.
11. <http://www.tsue.uz>.
12. <http://www.press-review.uz>.
13. [www.ceer.uz](http://www.ceer.uz), [www.bearingpoint.uz](http://www.bearingpoint.uz), [www.pca.uz](http://www.pca.uz)

## **1-мавзу. 1.2. БОЗОР ШАРОИТЛАРИДА РЕЖАЛАШТИРИШ**

### **ВА БАШОРАТ ҚИЛИШ**

**Режа:**

**1.2.1. Бозор шароитларида режалаштириш ва башорат қилишнинг объектив зарурати**

**1.2.2. Режалаштириш ва башорат қилишнинг мақсад ва вазифалари**

**1.2.3. Режалаштириш ва башорат қилишнинг норматив асослари**

#### **1.2.1. Бозор шароитларида режалаштириш ва**

#### **башорат қилишнинг объектив зарурати**

Бозор муносабатларига ўтиш кадрларга, айниқса, иқтисодий йўналишдаги мутахассисларга, уларни тайёрлаш ва улардан амалиётда фойдаланишга бўлган талабларнинг ўзгаришига олиб келди. Гап бу ерда нотаниш атама, тушунча ва тоифаларнинг пайдо бўлишида эмас, балки иқтисодий бошқаришнинг барча миқёсларида янги иқтисодий фикрлаш мафкурасини шакллантириш ҳақида ҳам боради.

Биз истаймизми, йўқми, лекин олган (олий ўқув юртлири, техникумлар, малака ошириш тизимларида) билимларимиз ва амалий фаолиятимиз бугунги кунда тубдан янгилашни талаб қилишини тан олишга мажбурмиз. Бу биринчи навбатда техника ва технологияларга эмас, балки ишлаб чиқаришнинг иқтисодий асослари, бизнес ва тадбиркорлик, яъни бутун ишлаб чиқариш муносабатлаи мажмуига тааллуқлидир.

Кўпчилик бундан нотўғри хулоса чиқаради, яъни уларнинг фикрича, бозор муносабатларига фақат иқтисодчилар ва молиячилар ҳамда бошқа иқтисодий соҳа мутахассисларигина қайта ўрганиши ва мослашиши зарур бўлади. Амалда эса мулкчилик шаклининг ўзгариши, бозор муносабатлари, рақобат, корхона ва ташкилотларнинг иқтисодий мустақиллиги кўп жиҳатдан барча бошқарув тузилмалари ва хизматларининг (техник, технологик, ташкилий ва иқтисодий) янги иқтисодий талаблар ва хўжалик юритиш қоидаларига риоя қилишини талаб қилади. Шу сабабли бозор муносабатлари шароитларида яхши инженер, технолог ёки энергетик бўлишнинг ўзигина етарли эмас бўлиб, бу ҳақда аввалги бобда ҳам тўхталиб ўтилган.

Ғарб мамлакатларидаги кўплаб фирмалар «Фирма унга фойда келтирмайдиган мутахассисларни ушлаб турмайди» деган шиорга амал

қилади. Фирмага фойда келтириш учун бозор конъюнктурасида тўғри йўналишни танлаш, бозордаги ўз ўрнини тўғри ва аниқ белгилай олиш, дарҳол олинадиган фойдани эмас, балки узоқ истиқболдаги ривожланишни кўра билш муҳим аҳамият касб этади. Шу ва шу каби вазифалар заминиди башорат қилиш ва унинг яқунловчи қисми бўлган режалаштириш ётади. У корхона мақсадларини шакллантириш, унга эришиш восита ва усулларини аниқлаш жараёнидан иборатдир. Режалаштириш натижаси режа, ҳатти ҳаракатларнинг мотивлаштирилган модели бўлиб, у иқтисодий муҳит ва кўйилган мақсадларни башорат қилиш асосида яратилади.

**Башорат қилиш** – корхона, тармоқ ва соҳалар миқёсида ҳамда бутун мамлакат миқёсида иқтисодиёт ҳолатини илмий асосаган ҳолда олдиндан кўра билишдир. Башорат қилиш шунингдек, иқтисодиётнинг у ёки бу ҳолатига эришишнинг муқобил йўллари, усуллари ва муддатларини танлаш ёки муҳокама қилишни ҳам англатади.

Бозор муносабатларига ўтишда режалаштириш деярли эсдан чиқиб қолай деди. Айрим олим ва мутахассислар, айниқса, бозор ва ва бозор муносабатлари тарафдорлари режалаштиришни бозор механизмига умуман тўғри келмайди ва бозорнинг ўзи ҳамма нарсани жой-жойига қўяди деб ҳисоблайдилар. Яна бошқа бир мотив – иқтисодиётни ўта марказлашган тарзда режалаштириш ва бошқариш натижасида совет иқтисодиётининг йирик муаммо ва инқирозларидир.

Дарҳақиқат, бутун давлат ва сиёсат ҳукуматини ўз қўлига олган ва қотиб қолган қоидалардан бир қадам ҳам четга чиқмаган партия ҳукуматининг ақидапарастлигини тан олиш керак. Айнан шу сабабли бир пайтлар кўнгилдагидек ишлаган режали тизим чок-чокидан сўкилди ва яроқсиз ҳолга келиб қолди. Бундан ташқари, минтақа ва тармоқлар, корхона ва ташкилотлар, барча хўжалик субъектларининг эркинлигини чеклаб қўювчи турли хил марказлашган буйруқ ва кўрсатмалар, назорат рақамлари ва лимитлар ҳам халақит берган.

Шу билан бир пайтда корхона учун унинг фаолиятини қайси орган - режа бўлими ёки бошқа иқтисодий бўлим ва хизматнинг режалаштириши ва башорат қилишининг аҳамияти йўқ. Режалаштириш сифати ва мезонлар муҳим бўлиб, уларга кўра корхона фаолияти баҳоланади ва бозор шароитларида унинг барқарорлиги таъминланади. Шу сабабли бозор режалаштиришни умуман тан олмайди дейиш нотўғри бўлар эди. Аксича, рақобатли кураш шароитларида ишлаб чиқарувчилар ва таъминотчилар ўз фаолиятини синчиклаб режалаштиришлари зарур. Бозор механизми

субъектив омиллар асосий ролни ўйновчи ресурсларни марказлашган тарзда тақсимлашга қараганда қаттиқ ва жиддийроқ ҳисобланади. Бозор шароитларида режалаштиришга қарши бўлганлар «тоғора билан бирга чақалоқни ҳам ташлаб юборади» дейиш мумкин.

Шу сабабли аввалги патларда турли хил буйруқлар, назорат рақамлари ва лимитларга асосланган режалаштиришни самарали ва оқилона фаолият кўрсатишнинг мажбурий воситаси бўлган режалаштириш биланадаштирмаслик керак. У хорижда ҳам тўлиқ бекор қилинмаган. Масалан, Италиянинг «Фиат» концерни 1970 йилдан бошлаб тасдиқланган 3 йиллик режалар бўйича, 1988 йилдан эса 5 йиллик режалар бўйича ишламоқда. Концерннинг беш йиллик режалари жорий ва оператив-ишлаб чиқариш режалари билан боғлиқ бўлиб, беш йиллик режанинг ҳар бир йили якунидан сўнг ўтган йил давомида эришилган амалий натижаларни ҳисобга олган ҳолда унга ўзгартиришлар киритилади.

Чет эл тажрибаларининг ҳаммасидан ҳам мамлакатимизда фойдаланиш лозим бўлмасада, бироқ режалаштиришнинг роли муҳимлиги аслоҳида исбот талаб қилмайди. Айнан режалаштириш ва башорат қилиш нимани, қанча, қачон ва ким учун ишлаб чиқариш керак деган саволларга жавоб топади. Хусусан, кўплаб корхона яратилиши ва фаолияти режалаштиришдан бошланади. Режалаштириш мавжуд ишлаб чиқариш қувватлари, рақобатли афзалликлардан максимал фойдаланиш, турли хато ва камчиликларнинг олдини олиш, иқтисодиётдаги янги тенденцияларни кузатиш ва улардан ишлаб чиқариш фаолиятида фойдаланиш, корхона фаолиятининг кучсиз томонларини аниқлаш ва бартараф қилиш ҳамда асосланмаган рискларнинг олдини олишга имкон беради.

Шундай қилиб, бозор иқтисодиёти режалаштиришни ҳам башорат қилишни ҳам инкор этмайди. Уларнинг иккаласи ҳам корхона, бирлашма ва бошқа ишлаб чиқариш структураларининг ўз кучи билан ёки бунинг учун махсус жалб қилинган илмий ташкилотлар, олий ўқув юрти мутахассислари ҳамда айрим олим ва мутахассислар ёрдамида амалга оширилиши мумкин. Бунда замонавий тенденцияларнинг келгусида экстраполяцияси (унчалик ишончли эмас, механик усул, нотўғри хулосаларга олиб келиши мумкин), мантиқий таҳлил, турли хилдаги иқтисодий-математик усуллар (масалан, ишлаб чиқариш функциялари усули), эксперт баҳолаш усули ва вазият таҳлили каби бир қатор усуллар қўлланиши мумкин. У ёки бу усулдан фойдаланиш башорат қилинаётган объектнинг ўзига хосликлари, унинг ривожланишига доир ишончли маълумотларнинг мавжудлиги ва

таҳлилчиларнинг малакасига боғлиқ бўлади.

Режалаштиришда ҳам, башорат қилишда ҳам иқтисодий жараён ва вазиятларнинг ўзаро алоқалари **корреляция усулида** ўрганилади. Корреляция таҳлилининг асосий вазифалари бу натижавий белгиларнинг омиллар белгиларига таҳлилий боғлиқлик шаклини аниқлаш ва акс эттириш ҳамда корреляцион алоқани ўлчаш ҳисобланади. Алоқа қанчалик кучли бўлса, башоратнинг асосланганлиги ва унинг аниқлиги шунчалик юқори бўлади.

Ҳозирги кунда башорат ҳисоб-китоблари бир қатор етакчи тармоқлар томонидан стратегик дастур ва режаларни ишлаб чиқиш, илмий тадқиқотлар ўтказиш, тажриба-конструкторлик ишларини амалга оширишда фойдаланилмоқда. Масалан, республикада «2010 йилгача нефть ва газ саноатини ривожлантириш Бош схемаси» ишлаб чиқилган бўлиб, у миллий иқтисодиётнинг ушбу муҳим тармоғи ривожланишининг асосий кўрсаткичларини белгилаб беради. Унинг асосида «2005 йилгача нефть конларини разведка қилиш ва излаб топиш ишларини жадалларштириш бўйича истиқболли дастур» ишлаб чиқилган. Режа ва башоратлар иқтисодиётнинг қуйи босқичлари – корхона, фирма ва ишлаб чиқариш бирлашмаларида ҳам менежментнинг муҳим элементи ҳисобланади.

### **1.2.2. Режалаштириш ва башорат қилишнинг мақсад ва вазифалари**

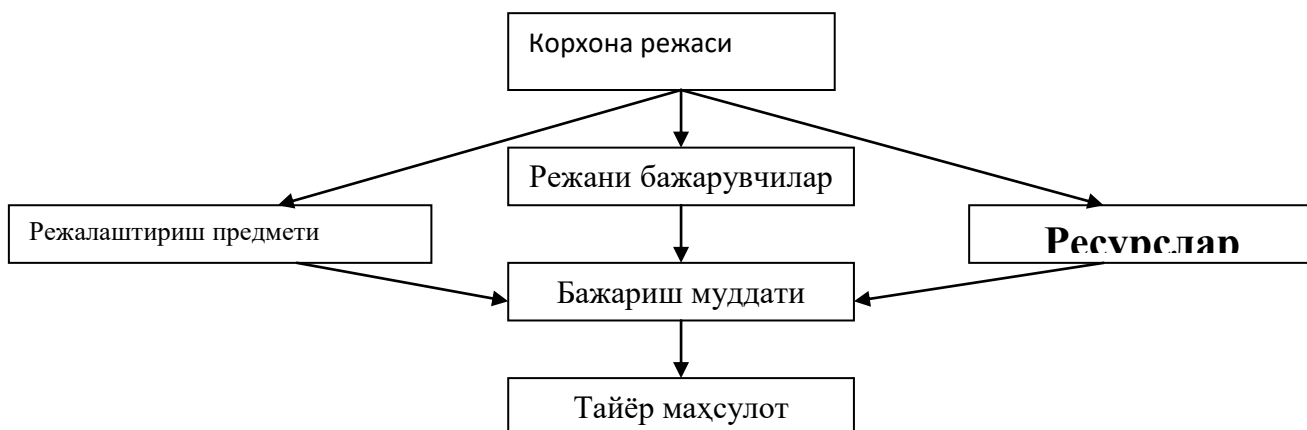
Режалаштириш ва башорат қилишнинг **мақсадли функцияси** бу– зарур ҳисоб-китоблар, башорат ва далиллар асосида корхона фаолиятининг қисқа ва узоқ муддатли стратегиясини белгилашдир. Тўғри, бу ходимлар сони 5-10 кишидан 40 кишигача бўлган микрофирмаларга қараганда кўпроқ йирик ва ўрта корхоналар учун муҳим аҳамият касб этади. Бироқ ҳар бир ҳолатда режалаштириш белгиланган пировард натижага эриши учун йўналтирилган ресурслар (моддий ва молиявий) ҳамда одамлар меҳнатини босқичма-босқич камраб олади.

Режалаштириш одатда деталли ҳисоб-китоблар ва кўрсатмаларга асосан амалга оширилади. У бир томондан барча ходимлар учун вазифаларни (ҳар бир ходим қачон ва нима қилиши керак), иккинчи томондан раҳбарият учун кўрсатмаларни (корхона белгиланган мақсадга эришиши учун қандай бошқарув қарорлари қабул қилиш лозим) белгилаб беради.

Ишлаб чиқилган режа биринчидан, ишлаб чиқариш имкониятлари билан боғланган бўлса, иккинчидан, ундаги хато ва камчиликлар минимал бўлса, учинчидан эса, ишлаб чиқариш режалаштирилган маҳсулот истеъмол талабига эга бўлса, бу ҳолда режалаштиришни самарали деб ҳисоблаш мумкин бўлади. Корхона раҳбарияти тасдиқлаган режа буйруқ мақомига эга

бўлиб, барча бажарувчилар учун мажбурий характерга эга бўлади.

Корхона миқёсида режалаштиришнинг мақсадли функциялари ва таркибини қуйидаги схема ёрдамида акс эттириш мумкин\*.



Бизнес қанчалик йирик, кўрсатилаётган хизматлар, бажарилаётган иш ва ишлаб чиқарилаётган маҳсулот ҳажми қанчалик кенг бўлса, корхона ҳажми ва йўналишига мос равишда режалаштириш жараёнида ҳал қилиниши лозим бўлган вазифалар доираси шунчалик енгаяди. Бироқ ҳар қандай ҳолатда ҳам режалаштириш қуйидаги саволларга жавоб бера олиши лозим:

- биринчидан, нимани, қачон ва қанча миқдорда ишлаб чиқариш;
- иккинчидан, танланган муқобилликни аниқланган ҳисоб-китоблар асосида амалга ошириш лозим;
- учинчидан, маҳсулот сифати, унинг рақобатбардошлиги қандай ва у истеъмолчилик талабига эга бўладими;
- тўртинчидан, маҳсулот чиқариш билан боғлиқ бўлган ишлаб чиқариш харажатлари ва бошқа сарф-харажатлар қопланадими;
- бешинчидан, кутилаётган рентабеллик даражаси, фойда ҳажми ва бошқа пул тушумлари таъминланадими.

Ушбу саволларга жавоб топа олмаса режалаштириш оддий расмиятчиликка айланиб, асосланмаган характерга эга бўлади, ишлаб чиқаришнинг келгуси ривожланиши издан чиқиб, корxonанинг ўзи молиявий қийинчиликларга дуч келади ва иқтисодий барқарорликни йўқотади. Шунинг учун ҳам режалаштириш ёки режани ишлаб чиқишга киришишдан олдин **ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ** ўтказиш муҳим бўлиб, унинг асосий вазифалари қуйидагилар ҳисобланади:

- ◆ режани бажариш, ишлаб чиқариш динамикаси ва маҳсулотни сотиш даражаси;

\*Ушбу схемани матннинг электрон версияси орқали слайд шаклида диапроектор орқали намойиш этиш мумкин. 3-илова

- ◆ ушбу кўрсаткичлар ўзгаришига омилларнинг таъсирини аниқлаш;
- ◆ маҳсулот чиқариш ва сотишни кўпайтириш учун ички ишлаб чиқариш захираларини аниқлаш;
- ◆ аниқланган захиралардан фойдаланиш бўйича чора-тадбирлар ишлаб чиқиш.

Режалаштириш ва захиралар ёки фойдаланилмаган имкониятларни аниқлаш билан одатда корхонанинг иқтисодий хизматлари (режа бўлими, ишлаб чиқариш бўлими, меҳнат бўлими, иш ҳақи бўлими ва ҳоказо) шуғулланадиган бўлса, ишлаб чиқариш захираларидан фойдаланишга техник, технологик ва бошқа бўлим ва хизматлар жалб қилиниши мумкин. Бошқача қилиб айтганда корхонанинг самарали фаолият кўрсатиши ва унинг иқтисодий барқарорлигини таъминлаш бутун корхона жамоасининг вазифасидир.

Мазкур ёндашув айниқса ҳозирги кунда, кўплаб корхоналар хусусийлаштириш ва давлат тасарруфидан чиқариш натижасида акциядорлик шаклига ўтаётган шароитларда муҳим аҳамият касб этади. Афсуски, амалиётда ходимлар орасида кўпинча «рахбарият ҳамма нарсани кўпроқ биледи» тамойили кенг тарқалган бўлиб, бунинг натижасида корхона ривожланишига оид бир қатор масалалар, хусусан, ишлаб чиқариш захираларини излаб топиш ва улардан фойдаланиш вазифаси корхона раҳбарияти зиммасига юклаб қўйилади. Ишга бу қадар ёндашиладиган бўлса, жиддий ва узок муддатли муваффақиятдан умид қилиш мумкин эмас.

Тўғри, жамоа корхона ҳаётида, хусусан, ишлаб чиқариш захираларини излаб топиш ва улардан фойдаланишда иштирок этиши учун корхона раҳбарининг ўзи ва бўлим бошлиқлари демократик бўлиши, бюрократия ва авторитаризм хислатларидан холи бўлиши, қабул қилинаётган қарорларда ошкорлаикни намоён қилиши ҳамда оддий ходимларнинг талаб ва атклифларига етарлича эътибор билан қарашлари лозим. Бошқарувнинг айнан шу усули бугунги кунда хориждаги кўплаб корхона ва фирмаларда кенг қўлланмоқда.

Режалаштириш доимо келажакка йўналтирилган бўлади. Бу ҳолат уни қай бир даражада башорат қилишга ўхшаш қилиб қўяди. Бироқ режалаштиришдан фарқли равишда башорат қилиш жараёнида белгиланган мақсадларга эришиш имкониятлари аниқланади. **Башорат эҳтимолий характерга эга бўлади.** Унда одатда келгусида турли ҳатти-ҳаракатлар ва ташқи (табiiй, иқлим, иқтисодий, илмий-техник ва ҳоказо) омиллар таъсири остида у ёки бу мақсадлардан четга чиқиш эҳтимоли даражаси баҳоланади.

Режа ва башорат корхона ривожланиши истиқболларини аниқлашга

иккита муқобил ёндашув эмас, балки хўжалик стратегиясини ишлаб чиқишнинг бир-бирини тўлдириб турувчи босқичлари бўлиб, бунда режа корхона бошқарувининг асосий воситаси ҳисобланади. Шу сабабли ҳар бир ҳолатда башоарт қилинган кўрсаткичлардан режалаштирилган кўрсаткичларга ўтиш таъминланиши лозим бўлади.

Амалиётда башоратнинг илмий, техник, иқтисодий, ижтимоий, демографик ва бошқа турлари ажратиб кўрсатилади. Кўпинча комплекс башорат – илмий-техник, ижтимоий-сиёсий, техник-иқтисодий ва ҳоказолардан фойдаланилади. Башорат ҳар қандай ҳолатда ҳам объектив жараёнлар талабларига максимал даражада мос келиши керак.

Режалаштириш тизимининг дастлабки бўғини сифатида башорат қилиш корxonанинг ички фаолиятдан ташқари кенг масалалр доирасини қамраб олиши зарур. Масалан, унга ҳал қилиб бўлинган, бироқ амалиётда қўлланмаган техник, иқтисодий, инвестицион муаммолар; истиқболда янги маҳсулот чиқариш учун мўлжалланган материаллар, технологик жараёнлар, асбоб-ускуна ва қурилмалар; ишлаб чиқариш модернизацияси туфайли кадрларга бўлган эҳтиёжни киритиш мумкин. башорат қилишда шунингдек, келгусида юзага келиши мумкин бўлган муаммолар, ўтказилаётган тадқиқотларни баҳолаш ҳам муҳим аҳамият касб этади.

Корxonанинг келажакда  $t$  - йилдан сўнгги ҳолатини бир мақсадли башорат қилишни унинг фаолияти ўзгарувчи кўрсаткичларида йўл қўйиш мумкин бўлган қийматлар моделини навбатма-навбат ифодалаш сифатида акс эттириш мумкин (В):

$$B = [F x(t), y(t), z(t), t],$$

Бунда:

$x$  – башорат қилинаётган кўрсаткич ўзгарувчилари (инвестициялар, корхона персонали, тақсимланмаган фойда ва ҳоказо);

$y$  – шарт-шароитлар сифатида кўриб чиқилувчи ўзгарувчан кўрсаткичлар (бозор ҳолати, солиқлар, табиий-иқлим шароитлари ва ҳоказо);

$z$  –асос қилиб олинган корхона фаолиятининг башорат қилинаётган кўрсаткичлари бошланғич қиймати.

Корxonанинг асосий ва айланма капитал, айрим маҳсулот турларини чиқариш ва уларнинг таннархи, фойда, меҳнат маҳсулдорлиги каби муҳим кўрсаткичларини навбатма-навбат ифодалаш натижасида башорат қилинаётган  $t$  - йилдан сўнг юзага келиши мумкин бўлган корхона

ҳолатининг тўлиқ башоратини олиш мумкин.

Башоратнинг ишончилигини кўп жиҳатдан корхоналар маълумотлар тўпламида сақлаши ва системалаштириши лозим бўлган ахборотларнинг тўлиқ ва ишончилик даражаси белгилаб беради. ноаниқ ёки нотўғри ахборот башорат қилишда хатоликларга олиб келиши мумкин.

### **1.2.3. Режалаштириш ва башорат қилишнинг норматив асослари**

Эркин иқтисодий фаолият ва тижорат ривожланиб бораётган, биз аввалги завод ва фабрикаларга қараганда кўпроқ замонавий бизнес ва тадбиркорлик ҳақида гапирётган бир шароитларда математика тили билан айтганда норма ва нормативлар (нормати асослар) «бозор» тушунчаси билан боғланиши кийин бўлади. Бугунги кунда уларнинг роли ва мақоми бироз сусайган, чунки улар тадбиркорлар фикрига кўра бозорга қараганда кўпроқ режали иқтисодиёт томон яқинроқ тургандай бўлади.

Аслида эса бундай эмас, албатта. Норма ва нормативлар доимо режалаштириш ва хўжалик бошқарувининг муҳим элементи бўлиб келган. Ҳар бир бизнесмен ва тадбиркор, айтайлик, магазин, ресторан, меҳмонхона ёки мебель ишлаб чиқарувчи цех қурмоқчи бўлса албатта қурилиш харажатлари ва талаб қилинувчи ресурсларни ҳисоб-китоб қилади. Яъни у режалаштириш билан, тўғрироғи харажатлар ва ресурслар талабини уларнинг ҳар бир тури бўйича нормалаштириши билан шуғулланади. Бизнесмен ҳам, давлат корхонаси директори ҳам харажатлар минимал бўлган ҳолда кўпроқ фойда ва даромад олишга интилиши табиий.

Хўжалик амалиётида **нормалаштириш** бу маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш жараёнларининг нормал кечиши учун зарур бўлган ишлаб чиқариш ва бошқа ресурслар захиралари ва сарфланишининг энг юқори ва энг қуйи нормаларини ишлаб чиқиш ва белгилаш усулидир. Нормалаштириш элементлари сифатида норма ва нормативларни кўрсатиб ўтиш мумкин.

**Норма** бу – белгиланган сифатли (масалан, стандартли бир буханка нон чиқариш учун сарфланувчи ун нормаси, белгиланган ҳажмли металл конструкциясини кавшарлаш учун сарфланувчи электродлар сони ва ҳоказолар) маҳсулот (иш, хизмат) бирлигини таёрлаш учун хом-ашё, материал, ёқилғи, энергия ва ҳоказоларнинг абсолют сарфлаш мумкин бўлган максимал катталигидир.

*Мисол.* *Фабрика эркалар устки кийими, жумладан пальто чиқаради. Ушбу маҳсулотни тиқиш учун сарфланувчи материаллар номраси қуйидагича:*

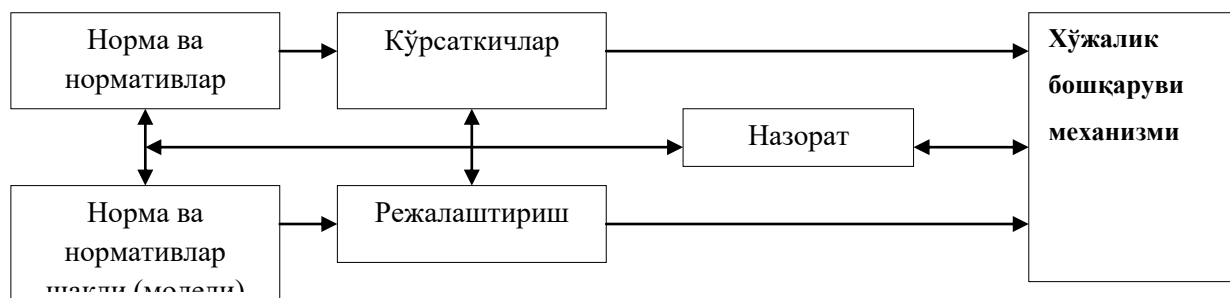
- асосий материал – 2 м<sup>2</sup>;
- қўшимча материал (астар) – 2 м<sup>2</sup>;
- ип – 1 калава;
- тугма – 5 дона;
- меҳнат сарфланиши – 6 киши-соат;
- таннарх – 25 минг сўм.

Шу тариқа натурал, қиймат ва меҳнат ўлчамлари билан белгиланган норма ёрдамида маҳсулот, бизнинг ҳолатда пальто ишлаб чиқариш билан боғлиқ барча харажатлар тартибга солиб борилади. Агар маҳсулот бирлигига тўғри келувчи харажатларни жами чиқарилган маҳсулотлар сонига кўпайтирсак, корхонанинг мазкур турдаги маҳсулот ишлаб чиқариш билан боғлиқ умумий харажатларини аниқлашимиз мумкин бўлади.

**Норматив** бу нисбий кўрсаткич бўлиб, абсолют катталики эмас, балки ишлаб чиқариш ресурсларидан фойдаланишнинг белгиланган ўлчамини, маҳсулот тавсифномаси ёки ташкилий-иқтисодий ҳатти-ҳаракатларни акс эттиради.

Нормативлар одатда фоиз ёки коэффициентларда белгиланади ва акс эттирилади (масалан, асбоб-ускуналарни юклаш коэффициенти, автомобиль шинаси босиб ўтган йўл коэффициенти, сутнинг ёғлилик фоизи ва ҳоказо). Нормативлар шунингдек, зарур хом-ашё ва материаллар, айланма воситалар ҳажми, талаб қилинувчи ходимлар сонини аниқлашда ҳам қўлланади.

Хўжалик бошқаруви механизмида нормативларнинг ўрни ва роли қуйидагича акс эттирилиши мумкин\*:



Хўжалик бошқарув механизмининг тузилмаси

Норма ва нормативлар ўлчаш ва лимитлаш функцияларидан (харажатларнинг юқори ёки қуйи чегараси, фқш, қўллаш, истеъмол) ташқари ҳисобга олиш, назорат қилиш ва рағбатлантириш функцияларини ҳам

\* Ушбу схемани матннинг электрон версияси орқали слайд шаклида диапроектор орқали намойиш этиш мумкин. 3-илова

бажаради. Улар ишлаб чиқаришни режалаштириш ва тартибга солиш, харажатларни эришилган натижалар билан солиштириш, бошланқия ва фаолият натижалар бўйича мажбуриятни чеклаш, эришилган натижаларни объектив баҳолаш учун асос ҳисобланади.

Норма ва нормативлар амалиётда қуйидаги асосий гуруҳлар бўйича ишлаб чиқилади:

- ◆ тирик меҳнат сарфи нормаси;
- ◆ моддий харажатлар нормаси;
- ◆ вақт нормасим (асосий, қўшимча ва ҳоказо);
- ◆ машина, асбоб-ускуна ва ишлаб чиқариш қувватларидан фойдаланиш нормаси;
- ◆ ишлаб чиқариш жараёнини ташкил қилиш нормативлари;
- ◆ атроф-муҳитни муҳофаза қилиш нормативлари;
- ◆ капитал қўйилмалар самарадорлиги нормаси;
- ◆ лойиҳадаги қувватларни ўзлаштириш нормаси;
- ◆ айланма воситалар, ишлаб чиқариш заҳиралар нормаси ва ҳоказолар.

Норма ва нормативлар асосида одатда режадаги давр учун фаолиятнинг техник-иқтисодий ва ташкилий шароитлари ётади. Вақт ўтиши ёки шароитларнинг ўзгариши билан, ушингдек, фан-техника тарақиёти таъсири остида мавжуд норма ва нормативлар қайта кўриб чиқилиши мумкин. Уларни қайта кўриб чиқишда илғор ишлаб чиқариш тажрибалари ва ютуқлар ҳисобга олиниши лозим.

Норма ва нормативлар қўлланиш миқёси ва нормалаштириш объектларига кўра фарқланади. Норматив асослари қўлланиш миқёсига кўра қуйидагиларга тақсимланади:

1. давлат ва тармоқ стандартлари ва талаблари асосида белгиланган нормативлар;
2. умумкорхона нормативлари, яъни корхонанинг ўзида ишлаб чиқилган ва қўлланувчи нормативлар;
3. цех нормативлари;
4. предметли, деталли ва операциян нормативлар.

Нормалаштириш объектларига кўра норматив асослари меҳнат, моддий, техник ва молиявий ресурсларга тақсимланади.

Норматив асослари ишлаб чиқаришни режалаштириш ва башорат қилиш учун бошланғич нукта бўлиб хизмат қилади. У ишлаб чиқариш харажатларини ва чиқарилаётган ҳар бир маҳсулот таннархини аниқ ва беҳато белиглашга имкон беради.

Умуман олганда норма ва нормативлар биринчидан, ресурсларнинг

ортикча сарфланиши олдини олиш, иккинчидан, корхонанинг белгиланган иш режимини таъминлаш, учинчидан чиқарилаётган маҳсулотнинг белгиланган тавсифномалардан четга чиқишининг олдини олиш, тўртинчидан атроф-муҳитни муҳофаза қилиш ва нормал меҳнат шароитларига риоя қилиш, бешинчидан эса корхона фаолиятини режалаштириш ва башорат қилиш учун маълумотлар тўпламини яратиш мақсадида ишлаб чиқилади ва белгиланади.

Норматив асосларини яратиш бўйича ишлар уни ишлаб чиқиш жойи ва органидан қатъи назар, ишлаб чиқариш иқтисодиёти техника ва технологияларидан яхши хабардор бўлган мутахассислар, профессионал норматив гуруҳлари зиммасига юклатилиши лозим. Малакали ва асосланган тарзда ишлаб чиқилган норма ва нормативлар ҳаёт цикли узоқ бўлиб, улар ўзгаришларга камдан-кам учрайди. Шундай бўлсада, юқорида айтиб ўтилганидек, энг яхши норма ва нормативлар ҳам вақт ўтиши билан фан-техника тараққиёти ва илғор ишлаб чиқариш тажрибалари таъсири остида қайта кўриб чиқилади.

#### **қисқача хулосалар**

Буйруқбозлик асосидаги бошқарув, марказлашган режалаштириш, турли кўрсатмалар, назорат рақамлари ва лимитларнинг мавжудлиги айрим олим ва мутахассислар назарида бозорнинг режалаштириш билан мос келмаслиги ҳақида фикр уйғотишига сабаб бўлди. Ҳаттоки бозор бу режанинг акси деб ҳисоблашнача бориб етди. Натижада муносабатларига ўтишда режалаштириш деярли ёддан чиқиб кетай деди.

Бозор иқтисодиёти режалаштиришни ҳам, башоарт қилишни ҳам инкор этмайди ва улардан аввалги буйруқбозликни чиқариб ташлаган ҳолда фойдаланишни тавсия қилади. Режалаштириш ва башорат қилиш менежментнинг функциялари бўлиб, у ёки бу вақт оралиғида бизнес стратегиясини аниқлашга йўналтирилади. башоарт қилиш режалаштиришга нисбатан кўпроқ эҳтимолий характерга эга бўлади.

Режалаштириш ва башорат қилиш доимо келажакка йўналтирилган бўлади. улар ривожланиш истиқболларини белгилашда бир-бирини тўлдириб туради. Башорат режалаштиришнинг дастлабки босқичидир.

Режалаштириш корхонага қуйидаги вазифаларни бажариш имконини беради: биринчидан, нимани, қаерда ва қанча миқдорда ишлаб чиқариш керак, иккинчидан, ишлаб чиқариш учун қандай ва қанча ресурс ва қувватлар керак бўлади, учинчидан харажатлар қай даражада қопланади ва фойда (даромад) ҳажми қандай бўлади. Режалаштиришда хато ва

камчиликлар қанчалик кам бўлса, ишлаб чиқиладиган режа ва башоратларнинг ишончли ва ҳаётийлиги шунчалик юқори бўлади.

Норма ва нормативлар режалаштиришнинг муҳим элементи бўлиб, улар ишлаб чиқаришнинг у ёки бу мақсадларига сарфланувчи ресурсларнинг максимал ёки минимал чегарасини белгилаб беради. Норм ва нормативлар прогрессив бўлиши ва вақти-вақти билан қонунчиликда белгиланган тартибда қайта кўриб чиқиши лозим.

### **Мавзу бўйича таянч иборалар**

Режалаштириш. Башорат қилиш. Корреляция усули. Режалаштириш ва башорат қилишнинг мақсадли функцияси. Ишлаб чиқариш имкониятлари. Истеъмол талаби. Режалаштириш вазифалари. Иқтисодий таҳлил. Режалаштириш тизими. Норма ва нормативлар. Нормалаштириш. Норматив асосларининг қўлланиш микёси.

### **Муҳокама ва назорат саволлари**

1. Бозор шароитларида режалаштириш ва башорат қилишнинг моҳияти нимада?
2. Бозор шароитларидаги режалаштириш аввалги маъмурий-буйруқбозлик тизимидаги режалаштиришдан нимаси билан фарқ қилади?
3. Хўжалик юритишнинг бозор шароитларида режалаштиришнинг асосий тамойилларини санаб беринг.
4. Режалаштиришдаги иқтисодий таҳлилнинг аҳамияти нимада?
5. Режалаштириш ва эркин тадбиркорлик қай тарзда уйғунлашади?
6. Корхонанинг режалаштириш соҳасидаги ваколатлари қанай?
7. Режалаштиришнинг норматив асослари деганда нимани тушуниш керак?
8. Норма билан норматив ўртасида қандай фарқ бор?
9. Режалаштиришнинг норматив асосларини таснифлаб беринг.

### **Тавсия этиладиган адабиётлар**

1. Абдуллаев А., Айбешев Х. Бизнес режа. Ўқув қўлланма. Т.: «Молия», 2002. - 72бет.
2. Махмудов Э.Х., Исаков М.Ю. Бизнес планирование. (Учебное пособие). – Т.: Издательство Литературного фонда Союза писателей Узбекистана, 2004.
3. Стратегический менеджмент: стратегический менеджмент и предпринимательство: Возможности для будущего процветания. Ханс Виссема. / Пер. с англ.- М: Издательство “Финпресс”, 2000.- 272с.
4. Энциклопедия менеджера. Библиотека успешного менеджера. Филип Холден. Пер.с англ.- М: НИРРО, 2003.- 340с.
5. Организационный менеджмент. А. Н. Мардос,
6. О.А Мардос.- СПб.: Питер, 2003.- 336с.
7. Успешный маркетинг для малого бизнеса. Дэйв Паттен -М.: Фаир-пресс, 2003.- 368с.

## **2-мавзу. КОРХОНА ФАОЛИЯТИДА БИЗНЕС - РЕЖАЛАШТИРИШ**

### **2.1.КОРХОНА ФАОЛИЯТИДА БИЗНЕС - РЕЖАЛАШТИРИШ**

#### **Режа:**

2.1.1 Корхона ва унинг ишлаб чиқариш фаолияти режалаштиришнинг объекти сифатида

2.1.2 Бозор шароитларида корхона фаолиятини тартибга солиш ва режалаштириш

2.1.3. Бизнеснинг ахборот асослари

#### *2.1.1. Корхона ва унинг ишлаб чиқариш фаолияти режалаштиришнинг объекти сифатида*

Режалаштириш бозор билан умуман мос келмайди, деб ҳисоблаган бозор муносабатлари тарафдорлари ҳам бугунги кунда ўзларининг аввалги фикрларида қаттиқ турмаяптилар. Вақт ва ҳаётнинг ўзи, хусусан, кўплаб хорижий компания, фирма ва корхоналар тажрибалари режалаштириш ва башорат қилишнинг муҳим аҳамият касб этишини тасдиқлайдилар. Масалан, Россияда ислоҳотлар бошида қабул қилинган «тадбиркорлар Россияни кутқарадилар» шиори гарчи нафақат Россия, балки барча собиқ иттифок мамлакатларининг барчасида ҳам бизнес ва тадбиркорлик соҳаси иқтисодиётнинг устивор йўналишига айланган бўлсада, юмшоқ қилиб айтганда ўз тасдиғини.

Гап шундаки корхона бу нафақат бозор субъектидир, у шу билан бир пайтда давлат тизимининг элементи ҳам ҳисобланади. У давлат бошқарув тизими ва сиёсатидан тўлиқ мустақил бўла олмайди. Иқтисодиёти марказлашган мамлакатларда бозор муносабатларини эркинлаштириш йўналишида амалга оширилган ислоҳотлар ишлаб чиқариш жараёнини четлаб ўтиб, шу билан бир пайтда мулкчилик шаклидан қатъий назар корхоналарда меҳнат мотивацияси ва режалаштириш тизимини сезиларли равишда ўзгартириб юборди.

Собиқ СССР иқтисодиёти ўз моҳиятига кўра бозор иқтисодиёти бўлиб қолаверган бўлсада, унинг бошқарув ва режалаштириш тизими капиталистик бозор иқтисодиётидан тубдан фарқ қилган. Эски тизим шароитларида корхона ва унинг раҳбарияти ишининг сифатини ўлчами сифатида аввало ишлаб чиқариш ҳажмини бажариш бўйича режа кўрсаткичлари хизмат қилган. Агар корхона режани юз фоиз бажарган бўлса бу «яхши», 101% ва ундан ортиқ бажарилса «аъло» баҳоланган. Кўплаб корхоналарда «режани бажариш жамоанинг қарзи, ошириб бажариш эча унинг шарафи» деган

шиорлар осифлик туриши бежиз эмас эди.

Натижада корхонада режалаштиришнинг асосий вазифаси режани бажариш ва ошириб бажаришга қаратилган бўлиб, бу нарса қайси йўллар билан, нималар эвазига эришилиши унчалик аҳамият касб этмаган. Бу эса, ўз навбатида, кўплаб корхоналар раҳбариятини қўйидаги йўналишлардан бирида ҳаракат қилишга ундаган:

1) юқори турувчи бошқарув органидан бажариш осон бўлган топшириқлар олишга интилиш;

2) олинган топшириқни иқтисодий ва ижтимоий зара келтирсада, ҳар қандай нарх эвазига бажариш.

Ушбу нозик жиҳатларни бир четга қўйиб турамыз, чунки ҳозир бошқа пайт, бошқа ҳўжалик тизими. Менежмент соҳаси мутахассисларининг таъкидлашича, бутун режалаштириш ва бошқарув тизими ходимларнинг иш сифати ва самарадорлигини оширишдан манфаатдорлигига йўналтирилиши лозим бўлиб, бу фирма ривожланишининг муҳим шарти ҳисобланади. Бирок бу худди бошқа муваффақитлар каби ўзидан-ўзи келмайди. Бунинг учун ресурслар асосларидан ташқари моҳир ташкилотчилик, илмий асосланган режалаштириш ва бошқарув талаб қилинади. Айниқса кишиларнинг ишлаб чиқариш меҳнатидан моддий манфаатдорлиги муҳим аҳамият касб этиб, бугунги кунда бу меҳнат ҳаёти сифати деб номланади.

Масалан, Жанубий Кореянинг «ДЭУ» трансмиллий фирмаси раҳбари Ким У Жунг таъкидлашича: «бизнесда одам бошқа ҳеч қаерда бўлмаган аҳамиятга эга. Инсон–ҳамма нарсадан юқори. У буюк кучдир. Шу сабабли компаниялар тобора кўпроқ кадрлар билан ююглик масалаларга эътибор қаратмоқдалар. Чунки умуман олганда одамлар ишлайдилар. Фирманинг гуллаб-яшнаши ёки инқирозга учраши уларга боғлиқ»<sup>1</sup>. Шу сабабли бўлса керак, Япония фирмаси «Мацусита» қўйидаги шиорни танлаб олган: «нарсаларни яратишдан аввал «Мацусита» кадрларни яратади»<sup>4</sup>.

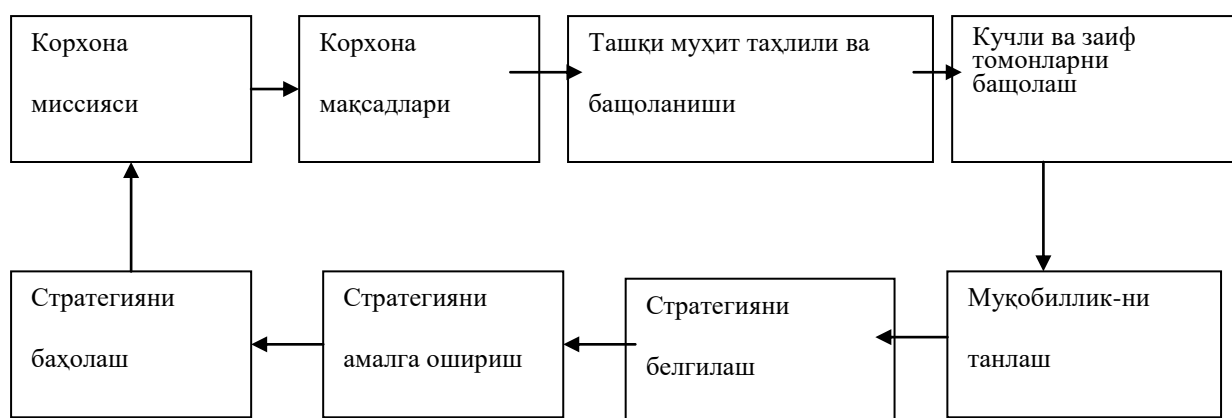
Бугунги кунда Ўзбекистонда турли мулкчилик шаклидаги, турли соҳа ва тармоқларга тааллуқли 300 мингдан ортиқ корхона мавжуд бўлиб, улардан 280 мингтаси кичик ва ўрта бизнес ҳамда хусусий тадбиркорлик субъектлари ҳисобланади. Уларнинг ишлаб чиқариш фаолияти, шубҳасизки, режалаштириш ва бошқариш объекти бўлиб, бозорга ва истеъмолчилар талабини қондиришга йўналтирилади.

Амалиётнинг кўрсатишича, ишлаб чиқариш фаолиятини режалаштиришда ҳар бир корхона ўзининг бугунги кундаги ва келажак учун

<sup>1</sup> Ким У Джунг. Этот великий мир бизнеса. М., «Руслит», 1992, с. 106.

<sup>4</sup> Якокка Ли. Карьера менеджера. М., «Прогресс», 1990, с.17.

стратегиясини белгилаб олади. Шу сабабли режалаштириш корхонани ривожлантириш стратегиясидан ажралмас бўлиб, буни қуйидаги схема ёрдамида акс эттириш мумкин\*.



*Стратегик режалаштириш жараёни*

Мазкур ҳолатда стратегия келажак учун умумий ғояни шакллантиришга имкон берди. Режалаштириш жараёнининг ўзи ва бевосита стратегик режа эса корхонага аниқлик, индивидуаллик ҳада этиб, бу унга маълум турдаги ходимларни жалб қилиш ва бошқа турдаги ходимларни жалб қилмасликка имкон беради. Бу режа корхона учун истиқболлар очиб бериб, янги ходимларни жалб қилади, маҳсулот ишлаб чиқаришдан ташқари уни сотишга кўмаклашади.

Режалар шундай тузилиши керакки, улар узоқ вақт давомида бузилмаслиги, шу билан бир пайтда зарур ҳолларда йўналишни ўзгартиришга мослашган бўлиши лозим. Амалда режалаштириш жараёнида иккита муҳим саволга жавоб топиш зарур:

- 1) корхона учун бозордаги вазият билан боғлиқ жорий вазифаларни бажаришда тўсиқлар яратмайдиган стратегик мақсадни қандай танлаш;
- 2) стратегик мақсадларга таянган ҳолда энг мураккаб ва қутилмаган ҳодиса ва ташқи тенденцияларга муносиб ва самарали жавоб қайтариши учун моддий, молиявий ва кадрлар ресурсларини қандай шакллантириш лозим.

Аввалги буйруқбозлик тизимидагидан фарқли ўлароқ кўплаб корхоналарда, айниқса, кичик ва ўрта корхоналарда режалар мустақил равишда ишлаб чиқилади ва тасдиқланади. Бироқ корхонанинг ишлаб чиқариш фаолиятини режалаштириш худди аввалдаги каби кўрсаткичлар тизими ёрдамида амалга оширилиб, бу кўрсаткичлар сифат ва миқдор, ҳажм

\* Ушбу схемани матннинг электрон версияси орқали слайд шаклида диапроектор орқали намойиш этиш мумкин. 4-илова

ва солиштирма турларга тақсимланади.

**Миқдор кўрсаткичлари** – абсолют кўрсаткичлар бўлиб, бу қаторга ялпи ва товар маҳсулотлар ҳажми, сотув ҳажми, ходимлар сони, иш ҳақи фонди, фойда ёки даромад миқдори, ишлаб чиқариш ресурсларининг сарфланишини киритиш мумкин.

**Сифат кўрсаткичлари** нисбий катталиқ ҳисобланади. Улар ишлаб чиқаришнинг иқтисодий самарадорлигини, унинг айрим омилларини акс эттиради. Бу меҳнат маҳсулдорлигининг ўсиши, маҳсулот таннархининг пасайиши ва ҳоказолардир. Бу қаторга шунингдек, ўзаро миқдор кўрсаткичларини ифодаловчи кўрсаткичлар, масалан, ишлаб чиқариш рентабеллиги, фонд сиғими, маҳсулот сифати ва бошқаларни ҳам киритиш мумкин.

**Ҳажм кўрсаткичлари** ишлаб чиқаришнинг, унинг айрим жараёнлари ва унда иштирок этувчи омилларнинг абсолют катталигини белгилайди. Бу қаторга масалан, ялпи, товар ва сотилган маҳсулот ҳажми, меҳнат харажатлари ҳажми, олинган фойданинг умумий ҳажми ва бошқалар киритилади.

**Солиштирма кўрсаткичлар** икки ёки ундан ортиқ ўзаро боғлиқ кўрсаткичлар ва маҳсулот бирлиги харажатлари салмоғининг нисбатларини тавсифлайди. Масалан, маҳсулот бирлигига металл, электр энергияси, ёқилғи сарфланиши, ишлаб чиқариш қуввати бирлигига капитал қўйилмалар, жами тўловлар ҳажмида мукофотларнинг салмоғи ва ҳоказолар.

Ушбу барча кўрсаткичлар ўртасида ўзаро алоқалар мавжуд. Бу кўрсаткичлар режалаштириш жараёнида ҳам, корхонанинг хўжалиқ фаолиятини таҳлил қилишда ҳам қўлланади.

### **2.1.2. Бозор шароитларида корхона фаолиятини**

тартибга солиш ва режалаштириш

Бозор муносабатлари шароитларида ҳар бир корхона ишлаб чиқаришнинг тўхтовсиз ўсиши, маҳсулот сифатининг оширилиши ва унинг ўз вақтида сотилиши, шунингдек, режалаштирилган фойда ва даромадни ўз вақтида олиш асосида ўзининг гуллаб-яшнашини таъминлашга интилади. Шу сабабли корхона фаолияти кўп мақсадли ва динамик характерга эга бўлади. Биринчидан, фан-техника тараққиётига йўналтирилган, иккинчидан, ишлаб чиқариш қувватлари ва ресурслардан самарали фойдаланишга эришувчи, учинчидан эса, бозор конъюнктурасига ўз вақтида ва тезкорлик билан жавоб

бериши мумкин бўлган корхона рифожланади ва гуллаб-яшнади.

Истиқболдаги вазиятни қатъий режалаштириш бу ҳолда ўзини оқламайди. Бозор конъюнктураси ва рақобат, талабга мос равишда чиқарилаётган маҳсулот тавсифномасига ўзгартириш киритиш имкониятлари билан боғлиқ бўлган узоқ муддатли дастур талаб қилинади. Бу вазифа одатда истиқболга йўналтирилган корхона фаолиятини жорий режалаштириш жараёнида аниқланган кўрсаткичларни тартибга солиш йўли билан бажарилади.

Шу сабабли кўплаб корхоналар бозор конъюктурасининг ўзгариб туришини ҳисобга олган ҳолда ишлаб чиқариш технологиясига оператив ўзгартиришлар киритиш ҳамда бунда асбоб-ускуна ва қурилмаларнинг имкониятларни кенгайтириш, бутловчи қисмлар ва материалларни бир хиллаштириш, маҳсулот сифатини ошириш ва ассортиментини кенгайтиришга мажбур бўладилар.

Корхона фаолиятини режалаштириш вазифалари қайсидир маънода маълум бўлгани сабабли уни режалаштириш ва ишлаб чиқаришни ташкил этиш жараёнида тартибга солиш замонавий фан томонидан нисбатан кам тадқиқ этилган ва умумлаштирилган. Бу ерда амалиёт назариядан анча илгарилаб кетган. Шундай бўлсада, корхона фаолиятининг олдиндан белгилаб қўйилган кўрсаткичларини тартибга солишга тўғри келади. Бу истеъмолчилик талабининг ўзгаришидан ташқари, корхона ҳаётида ва иқтисодий муҳитда рўй бераётган янги вазиятлар, хом-ашё ва материаллар таъминотчилари билан алоқалар, сиёсий вазият ва ҳоказоларга боғлиқ бўлади.

Гап шундаки, бугун ишлаб чиқарилаётган нарса эртага ёки индинга керак бўлмай қолиши мумкин. Шу сабабли режалаштириш нафақат бугунги, балки эртанги кунга ҳам йўналтирилган бўлиши лоим. Ҳеч қайси корхона ўз фаолиятида истиқболни кўздан қочира олмайди. Бу бозор шароитларида корхона барқарорлигининг асосий қоидасидир. Барча ходимлар, айниқса, корхона раҳбарияти шуни аниқ билиши керакки, бугунги кунда осон бажарилаётган ҳар қандай иш 3-5 йилдан сўнг қийинлашиши ёки умуман имкони бўлмай қолиши мумкин. Демак, олдиндан белгилаб қўйилган режа (башорат) кўрсаткичларини тартибга солиш – корхона фаолияти ва ишлаб чиқаришни башорат қилиш ва режалаштиришнинг узвий бир қисми ҳисобланиши мумкин.

**Тартибга солиш** бу ҳодиса ва жараёнларни йўлга қўйиш, бир тартибга келтириш жараёнидир. Шунингдек у механизмалар ва уларнинг қисмларини

улар нормал ва самарали ишлайдиган ҳолатга келтиришни ҳам англатади. Режалаштиришга нисбатан бу ерда гап шу ҳақда борадики, олдиндан ишлаб чиқилган режа ва дастурларни ўзгариб турувчи шароитларга мослаштириш, улар режали иқтисодиётда бўлгани каби ҳар қандай баҳо эвазига бажарилмасдан, бозор талабларига мос келиши ҳамда корхона мақсадларига эришиш, ишлаб чиқаришнинг даромадли ва фойдали бўлишига хизмат қилиши лозим. Ҳар ҳолда замонавий бизнес ва тадбиркорлик айнан шу тамойилларга асосан фаолият кўрсатади. Режада белгилаб қўйилган, кечаги кун ишлаб чиқилган ва бугунда ўз аҳамиятини йўқотган маҳсулот ишлаб чиқариш, иш бажариш ва хизмат кўрсатиш мумкин эмас.

Гап шундаки, корхона фаолиятининг олдиндан белгилаб қўйилган кўрсаткичларини тартибга солиш малакасиз режалаштиришнинг сабаби ва натижаси бўлиб, ишлаб чиқаришни ташкил қилиш ва режалаштириш жараёнларида турли хато ва камчиликлар натижасида юзага келади. Шу сабабли айрим корхоналарнинг, айниқса, бизнес ва тадбиркорлик соҳасида ҳаётийлик даври юқори бўлмайди, улар зара келтирадиган корхоналарга айланадилар ва ҳатто банкротга ҳам учрайдилар.

Амалиётнинг кўрсатишича, асосланган режалаштириш одатда объектив зарурат талаб қилган ҳоллардан ташқари келгусида тартибга солишни талаб қилмайди. Корхона жорий фаолиятини тартибга солишдан мақсад қуйидагилардан иборат:

- ◆ барқарор ишлашни таъминлаш;
- ◆ минимал харажатлар билан максимал натижаларга эришиш;
- ◆ сиқарилаётган маҳсулотнинг сифат кўрсаткичларини яхшилаш;
- ◆ ишлаб чиқариш рентабеллигини ошириш ва харажатларни камайитириш.

Бугунги кунда, иқтисодиётнинг нодавлат секторини ривожлантиришга катта эътибор қаратилаётган бир пайтда бизнес ва тадбиркорлик соҳаси устивор аҳамият касб этиб, корхоналарнинг иқтисодий фаолиятда эркинлиги кучаймоқда, режалаштириш ва тартибга солиш жараёнларини ҳес ким чеклаб қўймапти. Ҳозирда корхоналарга юқоридан буйруқ ва кўрсатмалар асосида топшириқларни белгилаб берувчи вазирлик ва маҳкамалар конгломерати йўқ. Корхоналарнинг катта қисми ишлаб чиқаришнинг бориши ва натижаларини ўзлари режалаштиради ва тартибга солади.

Шу билан бир пайтда юқорида айтиб ўтилган мустақиллик ва иқтисодий ҳатти-ҳаракатлар эркинлиги корхоналар фаолиятининг давлат томонидан тартибга солинишини инкор қилмайди. Масалан, АҚШ, Япония ва бошқа баъзи мамлакатларда ҳукумат органлари асосан йирик корпорациялар билан биргаликда ишлайди. Бунда улар қуйидагиларни аниқлайди:

- 1) зарур инвестициялар ҳажми ва таркиби;

2) техника даражаси, шунингдек, энг муҳим маҳсулот турларининг ҳажми ва пропорцияси;

3) ойлик иш ҳақи даражаси ва корхона фаолиятининг бошқа айрим турлари.

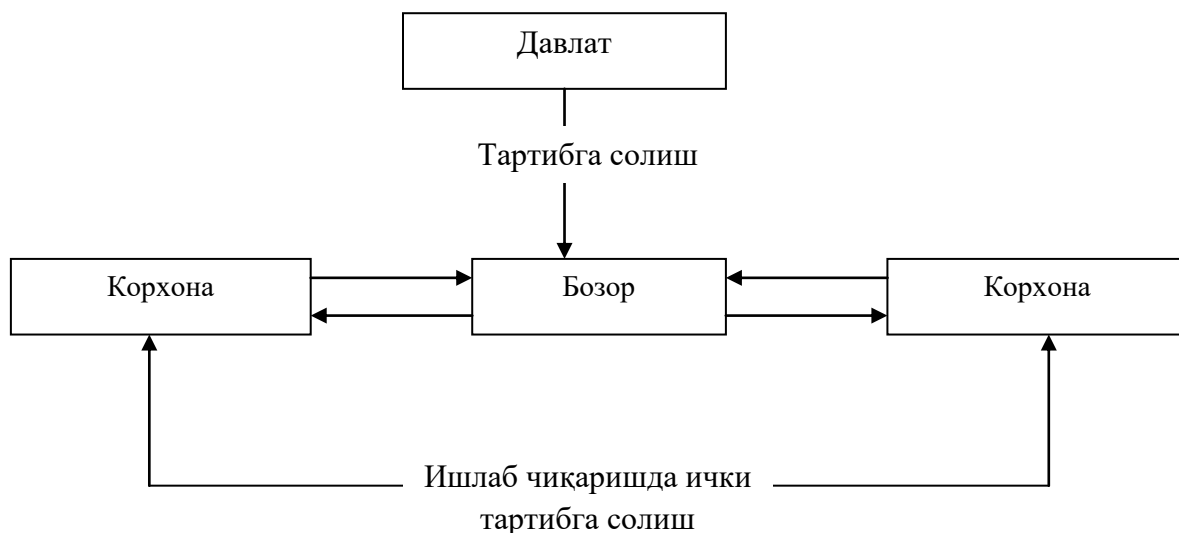
Белгиланган умуммиллий вазифалар иқтисодий тартибга солиш воситалари – солиқлар, кредитлар, субсидиялар ва квоталар ёрдамида бажарилади. Шу сабабли давлат бозор механизмига аралашмаслиги лозим ва бозор тўлалигича ўзини-ўзи тартибга солувчи, иқтисодиётнинг бир текисда пропорционал ривожланишини қўллаб-қувватлашга қодир тизим деб ҳисобловчилар унчалик ҳақ бўлиб чиқмайдилар. Давлат ўта эҳтиёткорлик билан бозор механизмига аралашуви, унинг камчиликларини тўғирлаши, рақобатнинг яққаҳоқимликка айланишининг олдини олиши, бизнес ва тадбиркорликнинг ҳуқуқий асосларини такомиллаштириши, нарх дискриминацияси ва бошқа салбий тенденцияларга қаршилик кўрсатиши лозим.

Бозор механизмига давлатнинг аралашуви зарурлиги жаҳонда ва мамлакатимизда тўпланган тажрибалардан кўриниб турибди. Президент И.Каримовнинг «Ўзбекистон – бозор иқтисодиётига ўтишнинг ўз йўли» китобида қайд этганидек «Бозор муносабатларига ўтиш даврида давлат ижтимоий ҳаёт ва иқтисодиётнинг барча соҳаларини ўзгартиришни ишлаб чиқиши ва кетма-кетликда амалга ошириши лозим. Ўзини-ўзи тартибга солувчи бозор соф кўринишда умуман мавжуд эмас. Давлат ҳар қачон ҳам ўзининг алоҳида аҳамиятга эга бўлган роли туфайли иқтисодий жараёнларга таъсир кўрсатиб келган. Шу сабабли замонавий бозор бу давлат томонидан тартибга солинувчи бозордир»<sup>1</sup>.

қуйидагилар давлат томонидан тартибга солишнинг асосий йўналишлари ҳисобланади:

- ◆ маъмурий-ҳуқуқий тартибга солиш:
- ◆ иқтисодиёт ва бизнес учун ҳуқуқий асосларни яратиш;
- ◆ қонунларга риоя қилинишини таъминлаш;
- ◆ жамият ҳаётининг энг мушмил соҳаларини бошқариш;
- ◆ давлат дастурлари ва буюртмалари;
- ◆ молия ва солиқ сиёсати;
- ◆ ижтимоий сиёсат.

Бозор муносабатлари шароитларида давлат ва корхона миқёсидаги тартибга солиш қуйидаги шаклда ифодаланиши мумкин:



Ўзбекистон Республикаси ҳукумати давлатнинг тартибга солиш функциясини жаҳон хўжалик амалиётида маълум бўлган ва текшириб кўрилган иқтисодий тартибга солиш воситлаари йрдамида амалга оширади. Масалан, солиқ сиёсати давлат ва маҳаллий бюджетларни шакллантиришнинг фискал функцияларини бажаришдан ташқари ишлаб чиқариш тузилмаси, динамикаси ва жойлашувига иқтисодий таъсир кўрсатиш механизми вазифасини ҳам бажаради. Имтиёзли солиққа тортиш бизнес ва тадбиркорликни рағбатлантиришнинг энг кучли воситаларида ҳисобланади.

Давлат томонидан тартибга солиш бозор механизмини тўлдириб, унга ўзгартишлар киритади, бизнес ва тадбиркорликнинг оёққа туриб олишига кўмаклашади. Бунда у максимал даражада максимал поғонада, минимал даражада минимал поғонада тарқалади. Тартибга солиш, қайси миқёсда амалга оширилишидан қатъи назар доимий ҳаракат, талаб ва таклиф, даромад ва харажатлар ўртасида мувозанатга интилиш ҳисобланади.

Бу тенглик доим ҳам таъминланмасада, у кўнгилдагидек даражада бўлавермайди. Бироқ барча ҳолларда ҳам давлат томонидан тартибга солиш ва корхонанинг ўзини-ўзи тартибга солиши иқтисодиёт ва бизнесни бошқаришнинг муҳим элементи бўлиб қолаверади. «Экономикс» дарслиги муаллифи Самуэльсоннинг фикрича, бусиз «бир қўл билан қарсак чалгандай» қолаверамиз.

### 2.1.3. Бизнеснинг ахборот асослари

«Ахборотга эга бўлган одам дунёни бошқаради» деган ибора бугун ҳаммага маълум. Энг умумий кўринишда ахборот бу табиатда, жамиятда ва иқтисодий ҳаётда рўй бераётган ҳодиса ва жараёнлар ҳолатидан дарак берувчи хабарлардир. У амалиётда одатда миш-миш ва гумонлардан тортиб то оммавий ахборот воситаларида эълон қилинган расмий материаллар, статистика маълумотлари ва илмий нашрларгача турли манбалардан маълумотлар олиш йўли билан амалга оширилади.

Ишончли ва етарли ахборотга таянувчи бизнес одатда кўпроқ муваффақиятга учрайди. Шунингдек, асимметрик ахборот ҳам мавжуд бўлиб, унда бизнес қатнашчиларининг бир қисми эга бўлган муҳим ахборотлардан бошқа манфаатдор шахслар беҳабар бўлади. Шу сабабли бизнесда тижорат сири деган тушунча мавжуд бўлиб, фирма ва компаниялар ўз муваффақиятини таъминлаш билан бирга айғокчиликнинг техник, савдо ва инновацион каби турларига қарши курашадилар.

Бу жиҳатдан бильярд ўйинининг устаси ва бу ўйин билан энди танишган киши ўртасидаги ўйин қизиқиш уйғотади. «Уста» одатда ўз маҳоратини яширишга ҳаракат қилади ва дастлабки паллада рақибига ўйинни бой бериб боради. Агар у бошқача йўл тутганида у рақибини дарҳол «ютган» ва кейинроқ навбатдаги ўйинлар ёрдамида 5-10 баравар кўпроқ олиши мумкин бўлган ютуғидан ажралиб қолган бўлар эди. Шу йўл билан «уста» ўзини қулай рақиб билан таъминлаб олади, чунки ўйинга муккасидан кетган киши кейинги ўйинда ёки эртаси кун албатта ғалаба қозониш иштиёқида юради. Бундан ташқари, «уста» ўз рақибини билан ўйнаётган пайтда ҳам томошабинларни кузатиб боради ва улар орасидан осон пул топиш илинжида юрганларни аниқлаб олишга ҳаракат қилади.

Бильярдхонага ташриф бкюрувчилар қанчалик тез «уста»нинг асл маҳоратини билиб олса, унинг доимий ташриф буюрувчилардан осонгина пул ютиб олиш имкониятлари шунчалик тез йўқолади. Бу эса «уста» учун ҳақиқий инқирозни англатади, шундан сўнг у ўзини ҳеч ким танимайдиган ва билмайдиган бошқа бильярдхона излаб топишга мажбур бўлади. Агар у бу ерда қолаверадиган бўлса, аҳён-аҳёнда келиб турувчи нотаниш одамлар устидангина ғалаба қозониши мумкин бўлади.

Бильярд ўйинида кузатилган ҳолат ахборотнинг қанчалик муҳим аҳамиятга эга эканлиги яққол кўрсатади.

Юқорида айтилганлар бизнес ўз моҳиятига кўра ютуққа, фойда ёки

даромад олишга йўналтирилган, рақибларни алдашга асосланган экан деган фикрга олиб келмаслиги лозим. Аксинча, бизнес, айниқса, цивилизация шароитларида истеъмолчилик талабини сифатли ва чин кўнгилдан қондиришга асосланади. Шу сабабли ишончли барқарор ахборот манбаларини топиш талаб қилинади, чунки бозордаги вазият тез-тез ўзгариб туаради (истеъмолчилар истаклари, талаб ва таклиф, ижтимоий тенденциялар ва нарх-навонинг ўзгариши). Ахборот таъминоти бизнес самарадорлиги таъминлаш ва қабул қилинувчи қарағорларнинг асосланганлигининг муҳим омили ҳисобланади.

Ахборот таъминоти динамикада жараён сифатида «**коммуникация**» тушунчаси тақрибига кириб, унинг асоида корхона раҳбарияти самарадорлиги юқори қарорлар қабул қилиш учун ахборотга эга бўлади ва уни бевосита бажарувчиларга етказди. Агар коммуникациялар яхши йўлга қўйилмаган бўлса, ходимлар корхона раҳбарияти улардан нима истаётганлигини тушунмаслиги, антижада ўзаром уносабатларга путур етиши мумкин.

Амалиётнинг кўрсатишича, корхона раҳбари ўз вақтининг 50-80% қисмини коммуникацияга сарфлайди. Бу билан у биринчидан, ишлаб чиқаришни бошқаришда ўз ролини бажариш, иккинчидан ахборот алмашинишда иштирок этиш ва шу асосда бошқарувнинг барча функциялари бўйича тўғри қарорлар қабул қилиш учун шуғулланади. Бунда замонавий компьютер техникаси муҳим роль ўйнайди, чунки унинг ёрдамида зарур ахборотларни минг марталаб тезроқ қайта ишлаш ва узатиш мумкин.

Бироқ ахборот асослари ва улардан фойдаланишни фақат корхона раҳбариятига «боғлаб қўйиш» нотўғри бўлур эди. Раҳбарият учун у асосан воқеа-ҳодисалардан хабардор бўлиб туриш учун керак бўлади. У кўпроқ маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш стратегиясини белгилашдан ташқари, янгиликлар киритиш диффузияси, яъни корхона (фирма) доирасидан ташқарига ундай фойдаланиш имкониятлари ва истеъмолчилар учун маҳсулот бериши мумкин бўлган фойда ҳақидаги маълумотларни тарқатиш билан шуғулланувчи маркетинг хизматларига керакдир.

Янги маҳсулот (янгилик киритиш) бозор шароитларида корхонанинг яшовчанлиги учун зарур шарт ҳисобланиши сабабли истеъмолчи ва ишлаб чиқарувчи ўртасида ўзаро алоқа қандай ўрнатилиши, маҳсулот ва унинг истеъмолчилар томонидан баҳоланиши тўғрисидаги ахборотлар қай тарзда амал қилишини тушунишга ўрганиш зарур. Бунда унинг амалда бозордаги маҳсулотлардан фарқ қилиши ёки қилмаслиги умуман аҳамиятга эга эмас.

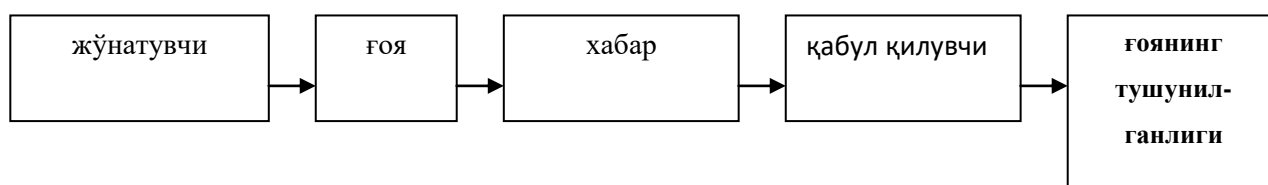
Энг муҳими бу маҳсулот аслида қандай, у ҳақда истеъмолчилар қандай фикрда эканлигидир. Айнан шу ишлаб чиқариш диверсификацияси ва бизнес чегараларини кенгайтириш учун муҳи замин ҳисобланади.

Шу сабабли янгиликлар киритиш диффузиясида иложи борича тезроқ мустақил ахборот манбаларини жалб қилиш ва улардан маҳсулот ҳақида объектив баҳолар олиш керак бўлади. Натижалар ижобий бўлганда истеъмолчиларнинг янгиликни қабул қилиш жараёни бошлангани ва одамларда бу маҳсулотга талаблар пайдо бўлаётгани ҳақида гапириш мумкин бўлади. Агарда натижалар салбий бўладиган бўлса, у ҳолда янги маҳсулотга истеъмолчилар талаби пайдо бўлиши учун у билан ишлашнинг яна бир босқичи олдинда турган бўлади. Бунда доимо маҳсулотнинг янгилик даражаси ва унинг аввалги маҳсулотларга ўхшашлиги ўтрасида мувозанатни сақлашга интилиш лозим.

Ахборот алмашини жараёнида тўртта асосий элементни ажратиб кўрсатиш мумкин:

1. Жўнатувчи – ғояларни яратувчи ёки ахборот тўпловчи ва уни жўнатувчи шахс.
2. Хабюар, зарур ҳолларда рамзий белгилар ёрдамида кодланган ахборот.
3. Ахборот узатиш воситаси, канали.
4. Харидор, яъни ахборотни олувчи шахс.

Ахборот алмашини жараёни моделини қуйидагича акс эттириш мумкин\* :



### **Ахборот алмашини жараёнининг оддий модели**

Бизнесда ҳам, бошқа ҳолларда ҳам ахборотни олиш, қайта ишлаш ва ундан фойдаланишдан ташқари кундан-кунга ҳаётнинг барча жабҳаларида ўсиб бораётган ахборот оқимларини тартибга солиш муҳим аҳамият касб этади. Корхона раҳбари ахборот оқимларида «жуда кўп» ва «жуда кам» ахборот чегарасини аниқлаб олиши лозим. Гап шундаки, ахборот оқимининг жуда катталиги доим ҳам муваффақият ва фаровонликни англатавермайди. Ахборот ҳажми жуда катта бўлса, айниқса корхона фаолияти учун бевосита алоқаси бўлмаган ахборотлар кўпинча ишга халақит бериб, ишлаб чиқариш стратегиясида чалашликларни келтириб чиқариши мумкин бўлади. Шу

\* Ушбу схемани матннинг электрон версияси орқали слайд шаклида диапроектор орқали намойиш этиш мумкин. 4-илова

сабабли зарур ахборотлар синчиклаб танлаб олиниши ва уларнинг самарали кўлланиши таъминланиши лозим.

Замонавий фан ва амалиёт ахборотни қуйидагича таснифлайди:

1) объект бўйича – маҳсулот (товар) сифати, унинг ресурслар сифими, бозор инфратузилмаси кўрсаткичлари, ишлаб чиқаришнинг ташкилий-техник даражаси, жамоанинг ижтимоий ривожланиши, атроф-муҳит муҳофазаси ва ҳоказолар;

2) кимга қарашли бўлиши бўйича – меҳнатни рағбатлантириш, ташкли қилиш, режалаштириш, башорат қилиш ва бошқаришга;

3) ахборотни бериш шакли бўйича – вербал (оғзаки) ахборот ва новербал (техник ва бошқа воситалар ёрдамида) ахборот;

4) вақт бўйича – доимий, шартли-доимий, ўзгарувчан ва шарли-ўзгарувчан;

5) ахборотни бериш режими бўйича – тартибга солинувчи ва тартибга солинмайдиган, муддатли, сўров бўйича, мажбурий ва ҳоказо;

6) ахборотни бериш усули бўйича – сунъий йўлдош орқали, электрон, телефон орқали, ёзма ва ҳоказо;

7) аҳамияти бўйича – иқтисодий, техник, ижтимоий, сиёсий, халқаро ва ҳоказо;

8) бошқарув объектнинг субъектга муносабати бўйича – корхоналар ўртасида, корхона ичичда бўлимлар ва хизматлар ўртасида, раҳбарият ва бажарувчилар ўртасида.

Ахборот **сифатига** қўйилувчи асосий талаблар:

- ўз вақтидалиқ;
- шубҳасидлик;
- етарлилик;
- ишончлилик;
- адреслилик;
- долзарблик;
- кўп марта фойдаланиш имконияти;
- ҳуқуқий жиҳатдан тўғрилиқ ва қоунчилик талабларига мос даражада ошкоралиқ.

Айтиш керакки, бозор иқтисодиётининг ривожланиш ва бизнес чегараларининг кенгайиш шароитларида ахборот, ахборот технологиялари, компьютерлар тоора кўпроқ ахборот бизнеси соҳасига, тадбиркорлик фаолиятининг янги йўналишига айланмоқда. Банклар, биржалар, аудиторлик ва бошқа компаниялар билан бир қаторда ахборот бизнеси бозор инфратузилмасини ривожлантиради ва унинг муваффақиятли фаолият кўрстайишига хизмат қилади.

### **қисқача хулосалар**

Корхона иқтисодиётнинг асосий бўғини ва бозорнинг асосий мубъекти бўлиб, жамият эҳтиёжларини қондири ва фойда (даромад) олиш мақсадида

маҳсулот ишлаб чиқариш, иш бажариш ва хизмат кўрсатиш учун яратилади.

Корхонанинг бутун фаолияти режалаштириш объекти бўлиб, фаолият характеридан келиб чиққан ҳолда корхонанинг турли хизмат ва бўлимлари томонидан ишлаб чиқилади.

Режалаштиришда миқдор ва сифат, натурал ва қиймат, ҳажм ва солиштирма каби кўрсаткичлардан фойдаланилади. Бу кўрсаткичлардан ҳар бири фойдали бўлиб, ўзига хос ҳисоб-китоб услубиятига эга.

Бозор муносабатлари шароитларида режалаштириш мажбурийдан кўра истисно характерга эга бўлсада, айрим кўрсаткичларни тартибга солиш зарурати билан ҳамнафас бўлади. Амалиётда тартибга солиш илгари қабул қилинган режа ва мажбуриятга ўзгартиш киритиш бўлиб, барча ҳолларда корхона фаолияти ҳамкорлар ишига зарар етказмаган ҳолда асосланб берилиши лозим.

Режалаштириш ва башорат қилиш ишончли ахборот асослариг, шунингдек, ишлаб чиқаришни бошқариш ва режалаштириш жараёнлари билан шуғулланувчи мутахассисларнинг чуқур билимга эгаллигига таяниши лозим.

### **Мавзу бўйича таянч иборалар**

Корхона бозор субъекти ва давлат тизимининг элементи. Корхонани ривожлантириш стратегияси. Корхона миссияси. Корхона мақсадлари. Ташқи муҳит таҳлили ва баҳоланиши. Кучли ва заиф томонларни баҳолаш. Стратегияни баҳолаш. Стратегияни амалга ошириш. Миқдор кўрсаткичлари. Сифат кўрсаткичлари. Ҳажм кўрсаткичлари. Солиштирма кўрсаткичлар. Тартибга солиш. Давлат томонидан тартибга солиш. Давлат ва корхона миқёсидаги тартибга солиш. Бизнеснинг ахборот асослари. Ахборот. Коммуникация. Ахборот таъминоти. Ахборот алмашини жараёнининг модели. Ахборот сифатига қўйилувчи асосий талаблар.

### **Муҳокама ва назорат саволлари**

1. Режалаштириш жараёнида корхона томонидан қандай вазифалар бажарилади?
2. Бозор шароитларида корхона фаолиятини режалаштириш аввалги маъмурий-буйруқбозлик тизимидан нимаси билан фарқ қилади?
3. Корхона ишлаб чиқариш фаолиятини режалаштиришнинг кўрсаткичлари тизимини асослаб беринг.
4. Ишлаб чиқариш фаолиятини тартибга солиш нима ва у режалаштириш жараёни билан қандай уйғунлашади?
5. Сизнингча, бозор шароитларида режалаштириш жараёни қандай кўринишга эга бўлиши лозим?
6. қайси ҳолларда режа ўзгартириш киритиш мумкин?

7. Корхона фаолияти режаларини ишлаб чиқишда ахборот асосларининг аҳамияти ва заруратини тушунтириб беринг.

8. Ишлаб чиқаришни режалаштириш ва тартибга солиш жараёнларини ким ёки қайси орган бошқаради?

### Тавсия этиладиган адабиётлар

1. Абдуллаев А., Айбешев Х. Бизнес режа. Ўқув кўлланма. Т.: «Молия», 2002. - 72бет.
2. Махмудов Э.Х., Исаков М.Ю. Бизнес планирование. (Учебное пособие). – Т.: Издательство Литературного фонда Союза писателей Узбекистана, 2004.
3. Экономика предприятия: Учебник для вузов / Под ред. Проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара. – 3-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2002.
4. Методы принятия решений бизнес – плана. Эвристика. Иванов Л.Н., Иванов А.Л.- М.: «Приор - издат», 2004.-80с.
5. Энциклопедия бизнес – планов: Методика разработки. 75 реальных образцов бизнес – планов. Горемюкин В.А., Нестерова Н.В.- М.: «Ось-89», 2003. –1104с.
6. «Пособие по составлению бизнес - плана» Эрик С. Зигель.- М.: МТ-Прес, Сирин,2003.- 224с.
7. Экономика предприятия: Учебник для вузов / Под ред. Проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара. – 3-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2002. – 718 С.
8. Пивоваров К.В. Бизнес-планирование. 3-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2002. – 164 с.
9. <http://www.centerasia.ru>
10. <http://www.wta.org>

## **2.2. -мавзу. КОРХОНАНИНГ БИЗНЕС - РЕЖАСИ**

**Режа:**

### **2.2.1. Бизнес-режанинг моҳияти ва вазифалари**

### **2.2.2. Бизнес-режани тайёрлаш босқичлари**

### **2.2.3. Бизнес-режа тузилмаси (структураси)**

#### **2.2. 1. Бизнес-режанинг моҳияти ва вазифалари**

Иқтисодийнинг бозор муносабатларига ўтиши билан корхоналарда ишлаб чиқилувчи олдинги техника-саноат режалари, қурилиш режалари, транспорт-молия режалари қайси тармоққа қарашли эканига қараб ўз ўрнини бизнес-режаларга бўшатиб берди. Бизнес-режада бизнес фалсафаси, корхонанинг жорий ва истиқболдаги стратегияси акс эттирилади.

Кўпчилик, айниқса, амалиётчилар ушбу ҳужжатни тайёрлашнинг нафақат муҳим, балки жуда мураккаб эканлигидан ҳам хабардорлар. «Бир лаҳзада тайёрланувчи бизнес-режа» китоби муаллифлари Густав Берл ва Пол Киршнернинг «бизнес-режага эга бўлиб, сиз профессионалга айланасиз, ўз бизнесингизни ривожлантиришингиз мумкин бўлади»<sup>5</sup> деб айтганлиги бежиз эмас, албата. Ҳақиқатдан ҳам, бизнес-режа бу бизнес уммонидаги маёқ, бизнеснинг ҳозирги ва келажакдаги ҳолатининг суратидир. У янги пайдо бўлаётган бизнеснинг юрагидир.

Кўнгилдагидек ишлаб чиқилган бизнес-режа ишлаб чиқаришни фаол ривожлантириш ва шу билан бир пайтда унинг динамикасини назорат қилиш, инвесторлар, ҳамкорлар ва кредит ресурсларини жалб қилишни амалга оширади. Энг асосийси у ёки бу ишлаб чиқаришга пул киритиш жоизми, барча харажатларни қопловчи миқдорда даромад олинадими деган саволларга жавоб беради. Тўғри, бизнес-режа фақат шу билан чекланиб қолмайди, чунки у функционал вазифаларига кўра ишлаб чиқаришни ташкил қилиш, техника ва технологиялар, корхонанинг молиявий режалари билан боғлиқ муҳим масалаларни ҳал қилишга қаратилади. Бу ҳақда биз кейинроқ батафсил тўхталиб ўтамиз.

Айтиш керакки, бизнес-режа хўжалик бошқаруви воситаси сифатида мамлакатимиздаги корхоналар иш амалиётига кўнгилдагидек тез киришиб кетгани йўқ. Масалан, оз фурсат давомида турли ёндашув ва нуқтаи назарларнинг мавжудлиги бизнес-режаларнинг аҳамияти ва моҳиятига ҳам, уларни ишлаб чиқиш усулларига ҳам аниқлик киритмаган. Айниқса, иқтисодий ислохотларнинг дастлабки йилларида зарур илмий-услубий адабиётларнинг етишмаслиги ўз таъсирини кўрсатди. Шу ва бошқа сабабларга кўра кўплаб корхоналарнинг бизнес-режалари юқорида даражада асосланганлик билан ажралиб турмади ва кўп ҳолларда банк муассасалари томонидан уларни молиялаштиришда инкор қилинди.

---

<sup>5</sup> Густав Берл, Пол Киршнер. Мгновенный бизнес-план.- М.: ИНФРА –М, 2001

Бизнесни режалаштириш бўйича хорижий адабиётлар оқимининг ўсиши ушбу соҳага маълум бир аниқлик киритиб, унинг илмий-услубий асосларини бойитди. Айрим муаллифлик фикр ва мулоҳазаларини келтириб ўтишга ҳаракат қиламиз.

Масалан, юқорида айтиб ўтилган «Бир лаҳзада тайёрланувчи бизнес-режа» асарида бу савол асосан яқка тартибда ўз бизнесини очиш ниятида бўлган шахсларга боғлиқдир. Унда, хусусан, «бизнес-режа корхонангиз гуллаб-яшнаши учун керакли йўлни танлаб олишингизга хизмат қилувчи ҳужжатдир. Бизнесингиз билан боғлиқ бўлган энг аҳамиятли ҳолат бу менежментдир. қисқаси бу - сиз».

Эдвард Блэквеллнинг «қандай қилиб бизнес-режа тузиш» асарида кўрсатилишича: «Бизнес-режа банк ёки бошқа молиявий муассасалардан пул олиш керак бўлганда, шунингдек, акциялар эмиссиясида фойдаланилувчи режадир».

1998 йилда Грузинов В.П. муҳаррирлиги остида нашр қилинган «Корхона иқтисодиёти» дарслигида қайд этилишича: «бизнес-режа бирон-бир тижорат лойиҳасини амалга ошириш ёки янги корхона яратиш учун мўлжалланган асосланган ҳатти-ҳаракатлар йиғиндисини ифодаловчи ҳужжатдир»<sup>6</sup>. 1996 йилда Горфинкель В. Л. ва Купрякова Е.М. муҳаррирлиги остида чиқарилган худди шундай китобда айтиладики «тадбиркорлик бизнесининг асосий мақсади фойда олишдир. Кўзда тутилган битимни режалаштиришда аввало қандай сумма олишга умид қилиш ва лойиҳа умуман кутилаётган миқдорда фойда келтиришга қодирлигига ишонч ҳосил қилиш лозим»<sup>7</sup>.

Бизнес-режа қуйида келтирилган учта асосий функцияларни бажаришга боғлиқ деган фикр ҳам мавжуд:

- ◆ бизнес юритиш концепциясини ишлаб чиқиш;
- ◆ корхона фаолиятининг амалдаги натижаларини баҳолаш;
- ◆ пул маблағларини жалб қилиш зарурлигини асослаб бериш.

Юқорида келтирилган шарҳдан кўриниб турибдики, бизнес-режани тузиш зарурати айрим ҳолларда ўз бизнесини яратиш билан, иккинчи ҳолда банк ёки бошқа молиявий муассасадан пул олиш нияти билан, учинчидан эса тижорат лойиҳасини амалга ошириш, янги корхона яратиш зарурати билан асосланади.

/арблик иқтисодчи олимларнинг ўз мамлакатлари ҳукуматлари билан биргаликда жамиятда тадбиркорлик руҳини яратишга ҳаракат қилаётганликларини тушуниш мумкин (Америкаликлар шиорини эслайлик «бизнесмен – миллатнинг олтин фонди»). Шу сабабли улар ўз тавсияларининг аксари қисмини янги иш очиш, ўз бизнеси билан шуғулланиш ниятида бўлган шахсларга йўналтирадилар.

Бироқ оддий, айтайлик, нон ва нон маҳсулотлари, лок-бўёқ материаллари ёки

<sup>6</sup> Экономика предприятия. Под ред. проф. Грузинова В.П. - М.: «ЮНИТИ», 1998

<sup>7</sup> Экономика предприятия. Под ред. проф. Горфинкеля В.Я., Купрякова Е.М. -М.: «ЮНИТИ», 1996

оёқ кийими ишлаб чиқариш билан шуғулланувчи ҳамда янги қурилиш ёки янги лойиҳани амалга оширишни ҳаёлига ҳам келтирмайдиган корхоналар билан нима бўлади? бу ҳолда бизнес-режа керак бўладими ёки корхона ишлаб чиқариш-хўжалик ва иқтисодий фаолият учун оддий режа тузиш билан чекланиб қолаверадими?

Бизнес-режаларнинг аҳамияти ва зарурлигини шубҳа остига қўймаган ҳолда айтиш жоизки, бу ҳужжатни ишлаб чиқиш хорижда кенг қўлланиши сабаблигина урф-одатга айланиб қолмаслиги лозим. Шунингдек у бошқа корхоналар ҳам шундай қилаётганлиги учунгина ишлаб чиқилмаслиги керак. Бизнес-режани тайёрлаш, унинг мақсад ва вазифаларида аниқлик бўлиши зарур. Бусиз юқорида эслаб ўтилган В.П. Грузиновнинг «Корхона иқтисодиёти» дарслигида кўрсатилган ҳолат келиб чиқиши мумкин: «Корхона бизнес-режаси – янги корхона яратишни кўзда тутувчи ҳужжатдир»<sup>8</sup>.

Ўзбекистон шароитларида корхоналарнинг катта қисми (80% атрофида) ходимлар сони 10 кишидан 50 кишигача бўлган кичик корхона ва микрофирмалардан иборатлиги билан боғлиқ хусусиятни ҳисобга олиш зарур. Айнан улар бизнес ва тадбиркорликнинг ташкилий шакллари ҳисобланади. Шу муносабат билан табиий савол туғилади: бундай корхоналарга замонавий дарсликлар ва ғарб адабиётларида таклиф қилинаётган ҳамдаги ва структуравий мазмунли бизнес-режалар керакми? Кичик корхоналар йирик корхоналарнинг бизнес-режаларидан нусха кўчириб олмайдиларми?

Бизнингча, бизнес-режа аввало йирик корхоналарда ва айрим ҳолларда ўрта корхоналарда ишлаб чиқилиши лозим. бунда уни ишлаб чиқиш корxonани ривожлантириш стратегиясидан ташқари, уларни амалга ошириш учун айна пайтда корхонадан қўшимча молиявий ресурслар талаб қилувчи янги лойиҳаларни амалга ошириш, ишлаб чиқаришни кенгайтириш, қайта таъмирлаш ва техник жиҳозлаш, маҳсулот диверсификацияси, ички ва ташқи бозорларда ўзи учун жой эгаллаш билан боғлиқ бўлиши лозим. Чунки бизнес-режа корxonанинг кундалик фаолиятидан кўра банк муассасалари томонидан юқорида кўрсатилган ва шунга ўхшаш тадбирларни молиялаштиришда муҳим аҳамият касб этади. Бошқа ҳолларда эса корхона ўз бизнес-режасини нима деб аташининг унчалик аҳамияти бўлмайди, бу корxonанинг ўз ихтиёрида бўлади.

Гап шундаки бизнес-режа ҳар қандай муаммолардан ҳимоя қилувчи восита бўла олмайди, у корxonанинг ўзи бажариши лозим бўлган вазифаларни ўзидан-ўзи ҳал қилмайди. Амалиётнинг гувоҳлик беришича, режа жуда яхши ишлаб чиқилган бўлсада, ундан нотўғри фойдаланишда корхона зарар кўриши мумкин. Бироқ бу бизнес-режа умуман керак эмас деган фикрга олиб келмасин. Масалан, банклар, инвестиция фирмалари ва бошқа муассасалар

---

<sup>8</sup> Экономика предприятия. Под ред. проф. Грузинова В.П.- М.: «ЮНИТИ», 1998

аниқ ва тўғри тузилган бизнес-режани олмагунча корхоналардан молиявий қўллаб-қувватлаш бўйича ариза олмасликка ҳаракат қиладилар.

Бизнес-режа *биринчидан*, корхонанинг барча бўлим ва хизматлари мажбуриятлари ва жавобгарлигини аниқлашга имкон беради, *иккинчидан*, уларни корхона истиқболи билан шуғулланиш ҳамда корхона мақсадларини ва уларга эришиш йўллари аниқлашга мажбур қилади, *учинчидан*, корхона фаолиятининг муҳим йўналишлари бўйича кўрсаткичларни белгилаб беради, *тўртинчидан* эса, корхонанинг бозордаги кутилмаган ўзгаришларга янада мослашувчан ва тайёр қилиб қўяди.

Бироқ шундай бўлсада, бизнес-режани банк ёки бошқа муассасалар томонидан корхонанинг иқтисодий ҳолатини яхшилаш ва унинг ишлаб чиқариш салоҳиятидан унумлироқ фойдаланиш ташланган кутқариш воситаси деб тушунмаслик керак. Гап шундаки, турли маслаҳатчилар, банкирлар, ҳуқуқшунослар, молия хизматчилари, бухгалтерлар ва бошқалар режада бизнесни кўрсатиш учун турли нуқтаи назарга эга бўладилар. Айнан шу момент бизнес-режани корхонанинг оддий режаларидан фарқли қилиб қўяди. Шу сабабли бизнес-режани ишлаб чиқиш бири-биринчидан, қоғозда қолиб кетмасдан амалиётда қўлланиши, иккинчидан, экспертиза томонидан рад қилинмаслиги ва учинчидан фойданинг ўсиши ва корхонанинг умумий молиявий ҳолати яхшиланишига хизмат қилиши мақсадида ўзига алоҳида эътибор ва чуқур ўйлаб чиқилган ёндашув талаб қилади.

### **2.2.2. Бизнес-режани тайёрлаш босқичлари**

Мавжуд илмий ва услубий адабиётлар бизнес-режани ишлаб чиқиш учун ягона тўғри йўл йўқлигига алоҳида эътибор қаратади. Бизнес-режанинг таркиби, тузилмаси, кўрсаткичлари ва бошқа жиҳатлари одатда корхонанинг ҳажми (қуввати), йўналиши, иқтисодий ва молиявий ҳолати, шунингдек, гап ўз ишини энди бошлаётган тадбиркорлик ёки мавжуд корхона ҳақида бораётганлигига боғлиқ бўлади. Агар гап барча ташвишлар ўз ишини бошлаш ва бунинг учун зарур бўлган бошланғич капитални, жумладан, банк кредитлари ҳисобига шакллантириш билан боғлиқ бўлган тадбиркорлик ҳақида борса, бизнес-режанинг мазмуни ва уни тайёрлаш босқичлари битта (умумий) кўринишга эга бўлиши, янгиликлар киритиш ёки банкрот ёқасида турган корхона ҳақида борадиган бўлса бошқа кўринишга эга бўлади. Шундай бўлсада, ҳар қандай бизнес-режада танланган бизнес концепцияси очиб берилувчи, таклиф қилинаётган маҳсулот, иш ёки хизматларнинг ўзига хослиги тавсифланувчи, шунингдек, истиқболда олинishi лозим бўлган фойда (даромад) ва бизнесни кенгайтириш акс эттирилувчи бўлимлар мавжуд бўлади.

Хўжалик амалиётининг далолат беришича, умуман режалаштириш, ва хусусан бизнесни режалаштириш икки босқичда амалга оширилади.

**Биринчи босқичда** бизнес-режанинг лойиҳа варианты ишлаб чиқилиб, унда ўтган йилда эришилган натижалар таҳлили ва келгуси йиллар учун ўз имкониятларини баҳолаш ҳисобига дастлабки ҳисоб-китоблар амалга оширилади. Бизнес-режа барча ҳисоб-китобларда белгиланган технологик жараёнларга, ички захиралардан тўлиқ фойдаланишга асосланиши ҳамда зарур ҳолларда ташкилий ва техник-иқтисодий тадбирлар билан мустаҳкамланиши лозим.

Ушбу босқичда чиқариладиган маҳсулотга жамият эҳтиёжлари ва бозор талабини аниқлаш катта аҳамиятга эга. Гап шундаки, жамиятнинг аниқланган эҳтиёжларидан ташқари истеъмолчилар маҳсулотни харид қилиш учун сарфловчи ва корхона ушбу эҳтиёжларни қондириш учун маҳсулот ишлаб чиқаришга сарфловчи ресурсларнинг чекланганлиги ҳам мавжуд. Шунинг учун «эҳтиёж - ресурслар» боғлиқлиги бизнес-режанинг асосий бўғини ҳисобланади. Эҳтиёжларни аниқлаш корхонани истеъмолчилик талабига эга бўлмаган маҳсулот чиқариш учун харажатлар сарфлашининг олдини олади, талаб қилинувчи ресурслар ҳисоб-китоби эса хато ва камчиликларга йўл қўймайди.

**Иккинчи босқич** бу бизнес-режани якуний ишлаб чиқиш ва уни корхонанинг расмий ҳужжати сифатида тасдиқлашдир. Айнан шу сифатда бизнес-режа ҳуқуқий кучга эга бўлиб, турли идора ва муассасаларга, хусусан, банклардан молиявий ресурслар олиш учун тақдим этилиши мумкин. Агар уни ишлаб чиқиш ўз навбатида корхонанинг ишлаб чиқариш ва иқтисодий (молиявий) стратегиясини ишлаб чиқишга имкон берувчи маркетинг тадқиқотлари ва бозор таҳлилига асосланса тўғри бўлур эди.

Айрим мутахассислар битта бизнес-режанинг икки хил кўринишга эга бўлишини – ҳамкорлар, инвесторлар, акциядорларга тақдим этилувчи **расмий бизнес-режа** ва корхона раҳбарияти ва унинг командаси учун тузилган **ишчи бизнес-режани** тавсия қиладилар.

Ишчи бизнес-режа худди расмий бизнес-режа каби тартибда ва худди шу бўлим ва номлардан иборат бўлиб, тавсия қилувчиларнинг фикрича, кўйидаги вазифаларни бажаришга хизмат қилиши лозим:

1. Расмий бизнес-режанинг муҳимлигини тушуниш.
2. Янги тадбиркорлик ишини бошлашдан анча аввал бажарилувчи хатти-ҳаракатлар дастурини аниқлаш.
3. Юзага келиши мумкин бўлган муаммолар вариантларини деталли кўриб чиқиш.
4. Ички ва ташқи рискларни баҳолаш.
5. Бозор муҳитидаги доимий ўзгаришларни ҳисобга олган ҳолда иш ҳолати назоратини амалга ошириш.

Бугунги кунда корхоналар турли хил ҳисобот, режа, статистика, норматив ва бошқа материаллардан фойдаланадилар. Агар «битта ҳужжат кам, битта ҳужжат кўп» тамойилига риоя қилинадиган бўлса берилаётган тавсия эътироз уйғотмаслиги мумкин. Бироқ маълумки, гап сонда эмас, балки

бизнес-режаларнинг амалга ошиши, уларнинг реал воқеликка мос келишидадир. Корхона иккита (расмий ва ишчи) бизнес-режага эга бўлсада, бироқ муваафиқиятга эришмаслиги ҳам мумкин. Битта, лекин корхонафаолиятининг кучли ва заиф томонларини ҳисобга олувчи, мавжуд ишлаб чиқариш салоҳиятидан энг самарали фойдаланиш ва кутилаётган миқдорда фойда (даромад) олишга йўналтирилган реал бизнес-режа кўпроқ муваффақиятга эришиши мумкин.

Ҳар қандай истиқболли ҳужжат каби, бизнес-режа ҳам истеъмол бозорида ва умуман иқтисодиётда рўй бераётган ўзгаришларни ҳисобга олган ҳолда вазиятга кўра қайта кўриб чиқилиши, зарур ҳолларда ўзгартиришлар киритилиши мумкин. Энг асосийси у корхонанинг бозордаги улушини сақлаб қолишга кўмаклашиши, келгусида ишлаб чиқариш ва сотиш бизнес-режанинг асосий қисмидан ўрин эгалловчи маҳсулотнинг ҳаётийлик даврини узайтиришга хизмат қилиши лозим. Бизнес-режани ишлаб чиқишнинг дастлабки босқичи ҳам, якуний босқичи ҳам «бир гап бўлар» қабилада бажарилиши мумкин эмас. Бозор ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва режалаштиришда хатоларни, ўйланмай қилинган ҳатти-ҳаракатларни кечирмайди.

Якуний мақсаднинг битталигига қарамай, бизнес-режани ишлаб чиқишнинг ҳар бир босқичи бажариши лозим бўлган белгиланган вазифалар доираси мавжуд. Биринчи босқичда асосан корхонанинг истеъмолчиларга таклиф қилиши мўлжалланаётган товар ва хизматлар таркибини танлаш (янги маҳсулот, модификацияланган ёки анъанавий маҳсулот), ишлаб чиқариш дастурини бажарувчи бўйича тақсимлаш, талаб қилинадиган хом-ашё, материал ва бошқа зарур воситалар ҳажмини, шунингдек, тайёр маҳсулотни сотиш каналларини аниқлаш, маҳсулот таннархи, кутилаётган фойда ва ҳоказоларни ҳисоб-китоб қилиш вазифалари бажарилса, иккинчи босқичда барча дастлабки ҳисоб-китоблар бирлаштирилади ва корхона бизнес-режасини шакллантириш якунланади.

Бизнес-режани ишлаб чиқишнинг биринчи босқичидаги ҳисоб-китоблар қанчалик аниқ ва беҳато бажарилган бўлса, унинг бошқарув ҳужжати ва ҳўжалик юритиш воситаси сифатидаги ишончлилиги шунчалик юқори бўлади. Бизнес-режа босқичларини ишлаб чиқиш ўртасида узоқ танаффус бўлмаслиги ва ортиқча ахборот билан тўлдириб ташланмаслиги лозим. амалиётнинг кўрсатишича, катта ҳажмди тузилган бизнес-режа ҳали тўлиқлик ва юқори сифатлиликини аниқлатмайди. Масалан, банк хизматчиси корхона икки юз ёки беш юз минг сўм кредит олиш учун юз варақдан ортиқ бизнес-режа олиб келган тақдирда уни ўқиб ҳам ўтирмайди. Унга юз миллион сўм кредит олиш учун тайрланган бизнес-режа бир неча варақдан иборат бўлиб, асосий мазмун бир неча гап билан ифодаланган бўлиши ҳам катта таъсир кўрсатмайди.

Тўлиқ бизнес-режанинг компьютерда терилган матни эллик варақдан ошмаслиги лозим. Бироқ сўнгги йилларда, хусусан, рақобат кучли бўлган

соҳа ва тармоқларда қисқартирилган бизнес-режалар кенг қўлланаётган бўлиб, уларнинг ҳажми 10-15 варақдан ортмаяпти. Шундай бўлсада, бизнес-режа ҳар қандай вариантида корхона миссиясини бажариш ва унинг пировард мақсадларига эришишни таъминлашга хизмат қилиши лозим.

### 2.2. 3. Бизнес-режа структураси

Бундан олдинги материаллар шундан далолат берадики, бизнес-режа бу оддий бир ҳужжат эмас. У корхонанинг конституцион асосини ташкил этиб, унинг ишлаб чиқариш бизнесини, келгусида ривожланиш стратегиясини белгилаб беради. корхона стратегияси эса, маълумки, турли хил бўлади: кимдир маҳсулдор, яъни ишлаб чиқариш стратегиясини афзал кўрса, бошқаларга молиявий стратегия кўпроқ тўғри келади. Бозорга янги маҳсулдор ғоя билан киришга ҳаркат қилаётган янги корхона ва фирмалар одатда молиявий стратегияга катта эътибор қаратадилар. Бозорда маълум маънода барқарор ўринга эга бўлган бошқа корхоналар эса асосий эътиборни ишлаб чиқариш стратегиясига қаратадилар.

Ҳамма корхоналар бир хил эмаслиги сабабли уларнинг ҳар бири учун бизнес-режани ишлаб чиқиш бўйича деталли тавсия беришнинг имкони йўқ. Шундай бўлсада, замонавий иқтисодий фанида бизнес-режанинг тахминий структураси ишлаб чиқилган бўлиб, қуйида унинг айрим вариантлари келтирилган\*.

I вариант	II вариант	III вариант	IV вариант	V вариант
1. Бўлажак бизнесни қисқача таърифлаш 2. Бозор 3. Ходимлар малакаси ва тажрибаси, мавжуд молиявий воситалар 4. Таклиф қилинаётган маҳсулот устунликлари 5. Бўлажак бизнесни	1. Бизнес-режага кириш 2. Бизнесни идентификация-лаш 3. Мақсад 4. Бизнесни таърифлаш 5. Бозор 6. Рақобат 7. Менежмент 8. Ходимлар 9. Жойлашув 10. Молиявий маълумотлар 11. Ҳисобот	1. Танланган бизнес концепцияси 2. Айни пайтдаги вазият 3. Яратилаётган корхона тавсифномаси 4. Бошқарув 5. Бозор таҳлили ва тадқиқотлари 6. Маркетинг ҳаракатлари режаси 7. Ишлаб	1. Кириш 2. Корхонани таърифлаш 3. Маҳсулотни таърифлаш 4. Маркетинг режаси 5. Ишлаб чиқариш режаси 6. Ташкилий режа ва менежмент 7. Молиявий режа 8. Лойиҳа самарадорлиги	1. Фирма имкониятлари (резюме) 2. Товар (хизмат) турлари 3. Товар (хизмат) сотув бозори 4. Сотув бозорида рақобат 5. Маркетинг режаси 6. Ишлаб чиқариш режаси

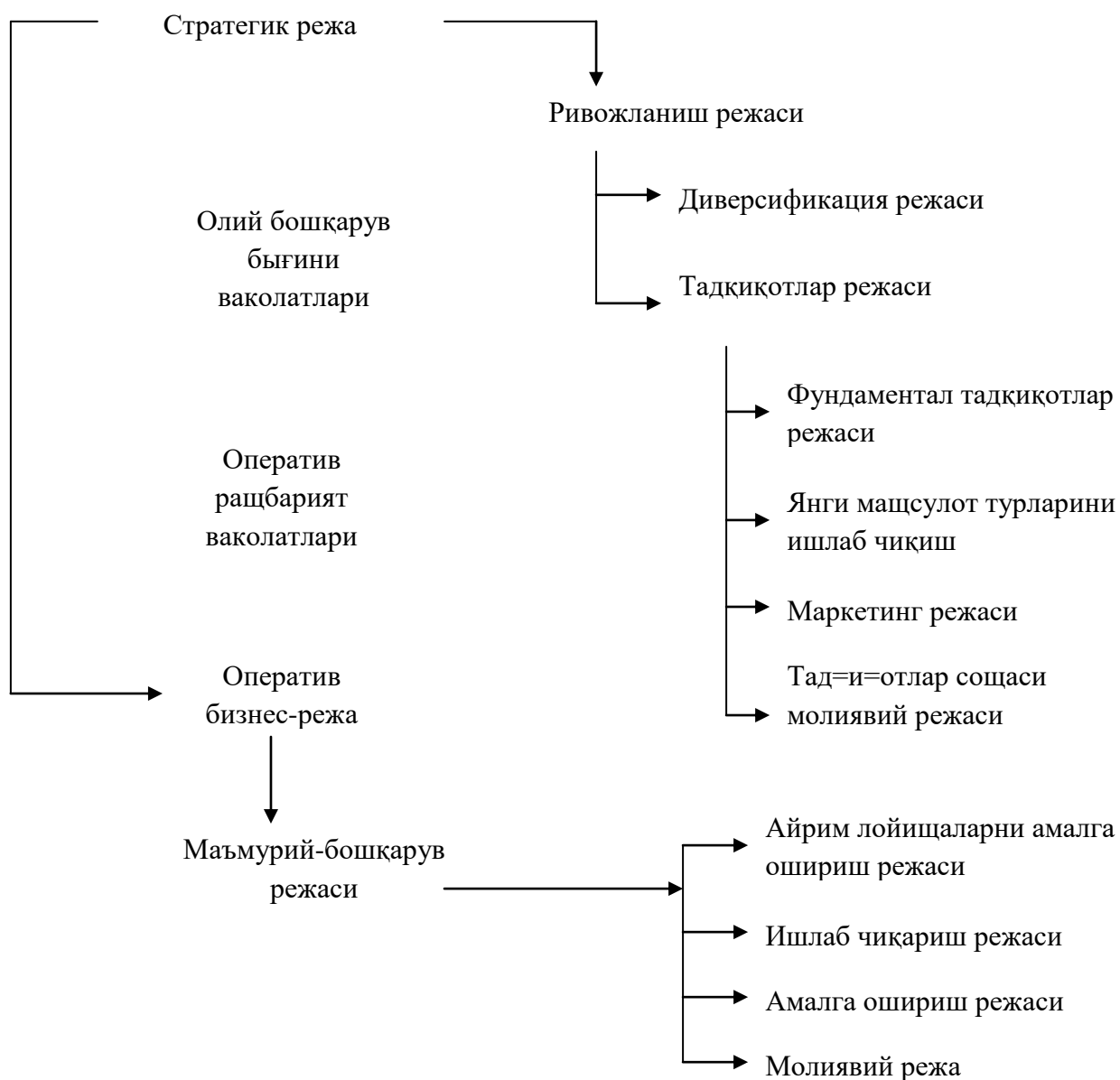
\* Ушбу схемани матннинг электрон версияси орқали слайд шаклида диапроектор орқали намойиш этиш мумкин. 5-илова

ташқил қилиш 6. Келажакка назар 7. Молиявий вазифалар 8. Пул маблағларида н фойдаланиш 9. Илова 10. Бизнес тарихи	12. қисқача мазмун	чиқариш режаси 8. Рискни баҳолаш 9. Молиявий режа	и 9. Илова	7. Ташкилий режа 8. Фирма фаолиятининг ҳуқуқий таъминоти 9. Рискни баҳолаш ва суғурталаш 10. Молиявий режа 11. Молиялаштр ириш стратегияси
--	--------------------	---	---------------	--

Келтирилган вариантлардан кўриниб турибдики, бизнес-режанинг қатъий тартибга солинган тузилмаси мавжуд эмас. Бироқ бизнес-режаларнинг ҳар бир тури учун характерли бўлимлар мавжуд бўлиб, уларда танланган бизнес (ишлаб чиқариш) концепцияси, таклиф қилинаётган маҳсулот ёки хизматнинг ўзига хосликлари, маркетинг ва менежмент, рискни баҳолаш, молиявий таъминот ва натижалар акс эттирилади. қабул қилинган ҳар бир бизнес-режа тузилмаси қуйидаги саволларга жавоб бериши лозим: ишлаб чиқаришни нимадан ёки қандай бошлаш керак, ишлаб чиқаришни қай тарзда самарали ташқил қилиш мумкин, илк даромад (фойда) қачон олинади, инвесторлар ва кредиторлар билан қанчалик тез ҳисоб-китоб қилиш мумкин, риск даражаси ва уни камайтириш имкониятлари қандай.

Йирик ёки ўрта ҳажмли корхона учун бизнес-режа структурасини қуйидаги схема шаклида акс эттириш мумкин\*.

\* Ушбу расми матннинг электрон версияси орқали слайд шаклида диапроектор орқали намойиш этиш мумкин. 5-илова



Расм 4.1 Фирмада ички режаслаштириш

Бизнес-режанинг ҳар бир бўлими ўз мазмунига, кўрсаткичлар тизими ва уларни ҳисоб-китоб қилиш усуллариغا эга бўлади. Бироқ, бу бизнес-режанинг яхлит ва тўлиқлигига путур етказмайди. Барча бўлимлар ўзаро боғлиқ бўлиши ҳамда корхонанинг потенциал ишлаб чиқариш имкониятларини амалга оширишга хизмат қилиши лозим. Бизнес-режанинг бўлимларини мазкур қўлланманинг мос келувчи бобларида алоҳида кўриб чиқишни назарда тутамиз. Бозор муносабатлари шароитларида қонун мақомига эга бўлмаслиги ҳамда бозордаги вазиятга боғлиқ бўлган ҳолда турли ўзгаришларга учраши, истеъмолчиларнинг ҳали қондирилмаган эҳтиёжларига мослаштирилиши лозим. Бироқ бун тарзда қайта кўриб чиқиш ҳар бир ҳолатда жидий равишда етарлича асослаб берилиши зарур.

Айтиш керакки, шўролар даврида амал қилган иқтисодиётдан фарқли ўлароқ, замонавий бизнес-режаларда асосий эътибор молиявий-иқтисодий, ундан

кейин эса илмий-техник ва технологик муаммоларга қаратилади, гарчи илмий-техник ва технологик муаммоларсиз ҳеч бир корхона, ҳеч бир бизнес кўнгилдагидек ривожлана олмасада. Шу сабабли бизнес-режаларда илмий-техник муаммоларга ҳам етарлича эътибор қаратилиши, улар умумий жиҳатдан акс эттирилиши лозим.

### **қисқача хулосалар**

Иқтисодиётнинг бозор муносабатларига ўтиши билан аввалги техник, саноат, молиявий режалар ўрнига бизнес-режалар вужудга келган бўлиб, корхона фаолиятининг жорий ва истиқболдаги стратегиялари белгилаб берилувчи асосий ҳужжат ҳисобланади.

Бизнес-режа учта асосий функцияни бажаришга имкон беради: биринчидан, бизнес концепциясини ишлаб чиқиш, иккинчидан, бизнес-режани амалга ошириш учун зарур бўлган пул маблағлари миқдорини аниқлаш ва учинчидан, корxonанинг жорий фаолиятини бошқариш воситаси ҳисобланади.

Бизнес-режа бир нечта бўлим ва кўрсаткичлардан иборат бўлиб, уларнинг сони корxonанинг ҳажми, ўзига хосликлари ва бошқа хусусиятларига боғлиқ бўлади. илмий адабиётларда 10-12 бўлимдан иборат бўлган бизнес-режалар тавсия қилинади.

Бизнес-режанинг асосий бўлими ишлаб чиқариш дасутри бўлиб, у бизнес-режанинг бошқа бўлимларини ишлаб чиқиш учун ҳисобланади. Ишлаб чиқариш дастури маҳсулотга бўлган истеъмолчилик талабини синчиклаб ўрганиш асосида тайёрланиши зарур.

Бизнес-режа амалиётда асосан ики босқичда тайёрланиб,бу босқичларнинг ҳар бирида мос келувчи вазифалар бажарилади. Бизнес-режанинг ҳаётийлиги кўп жиҳатдан уни тайёрловчилар, биринчи навбатда иқтисодчиларнинг малакаси ва тажрибасига боғлиқ бўлади.

### **Мавзу бўйича таянч иборалар**

Бизнес-режанинг моҳияти ва вазифалари. Бизнес фалсафаси. Бизнес юритиш концепцияси. Корхона фаолиятининг амалдаги натижаларини баҳолаш. Пул маблағларини жалб қилиш зарурлигини асослаб бериш. Бизнес-режани тайёрлаш босқичлари. Бизнес-режанинг лойиҳа варианты. Бизнес-режани яқуний ишлаб чиқиш ва расмий ҳужжат сифатида тасдиқлаш. Расмий бизнес-режа. Ишчи бизнес-режа. Бизнес-режа структураси. Йирик ёки ўрта ҳажмли корхона учун бизнес-режа структураси. Фирмада ички режалаштириш.

## Муҳокама ва назорат саволлари

1. Бизнес-режанин мазмуни ва моҳияти нимада?
2. Бизнес-режа қандай маълумотлардан иборат бўлади?
3. Бизнес-режани тузиш учун маълумотларни қайси кетма-кетликда тайёрлаш керак?
4. Бизнес-режани тузиш босқичлари ва уларнинг фарқи нимада?
5. Ишчи бизнес-режа қандай вазифаларни бажаришга қаратилган?
6. Бизнес-режанинг асосий бўлимларини санаб беринг?
7. Бизнес-режа қандай талабларга жавоб бериши лозим?
8. Бизнес-режани ишлаб чиқиш учун жавобгарлик кимнинг масъулиятида бўлади?

## Тавсия этиладиган адабиётлар

1. Абдуллаев А., Айбешев Х. Бизнес режа. Ўқув кўлланма. Т.: «Молия», 2002. - 72бет.
2. Махмудов Э.Х., Исаков М.Ю. Бизнес планирование. (Учебное пособие). – Т.: Издательство Литературного фонда Союза писателей Узбекистана, 2004.
3. Экономика предприятия. Под ред. проф. Грузинова В.П.- М.: «ЮНИТИ», 1998
4. Экономика предприятия. Под ред. проф. Горфинкеля В.Я., Купрякова Е.М. –М.: «ЮНИТИ», 1996
5. Сухова Л.Ф., Чернова Н.А. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия: Учебное пособие. – М.: Финанс и статистика, 2001. – 160 с.: ил.
6. Густав Берл, Пол Киршнер. Мгновенный бизнес-план.- М.: ИНФРА – М, 2001
7. Махмудов Э.Х. Экономика предприятия: учеб. пособ. –Т.: Издательство Литературного фонда Союза писателей Узбекистана, 2004. – 207 с.
8. Югай Л.П. Бизнес-планирование (тексты лекций). – Т.: ТГЭУ, 2000. – 47 с.
9. “Создайте свое Дело или что необходимо знать предпринимателю” г. Ташкент, ЮНИДО, Проект “Бизнес-консультативный центр”, 2003г.
10. <http://www.konti.ru/irr>
11. <http://www.rosinf.ru>

### **3-мавзу. БИЗНЕС - РЕЖАНИНГ АСОСЛАНГАНЛИГИ ВА ИШОНЧЛИЛИГИ**

**Режа.**

**3.1. Бизнес-режани ишлаб чиқишни бошқариш**

**3.2. Бизнес-режанинг ресурслар билан таъминланганлиги**

**3.3. Режалаштирилаётган бизнесни суғурталаш**

#### **3.1. Бизнес-режани ишлаб чиқишни бошқариш**

Бизнес-режанинг асосланганлиги ва ишончлилиги ўзаро боғлиқ бўлган ва бир-бирини тўлдириб турувчи жараёнлардир. Бизнес-режанинг асосланганлик даражаси қанчалик юқори бўлса, унинг ишончлилиги, талаб қилиниши ва фойдалилиги ҳам шунчалик юқори бўлади. Бунинг учун бизнесни режалаштириш жараёнини бошқариш зарур бўлиб, у қуйидагиларга имкон беради:

- 1) корхона фаолиятининг муайян йўналишларини, мақсадли бозорлар ва корхонанинг улардаги ўрнини аниқлаш;
- 2) корхонанинг қисқа ва узоқ муддатли мақсадларини, шунингдек, уларга эришиш тактика ва стратегияларини ифодалаш. Танланган ҳар бир стратегия учун жавобгарларни белгилаш;
- 3) корхонанинг иқтисодий ҳолатини ҳамда белгиланган мақсадларга эришиш учун зарур бўлган мос келувчи моддий, молиявий ва бошқа ресурслар ҳолатини баҳолаш;
- 4) истеъмол бозорига чиқарилувчи маҳсулот (иш, хизмат) ҳажми ва номенклатурасини аниқлаш ҳамда бир вақтнинг ўзида уларни яратиш ва сотиш харажатларини аниқлаш;
- 5) кадрларни танлаш, уларнинг белгиланган мақсад ва вазифаларни бажаришга мос келишини баҳолаш, мос келувчи ҳар бир участкада кадрлар меҳнати маҳсулдорлигини рағбатлантириш учун зарур шароитлар яратиш;
- б) бизнес-режани амалга оширишга тўсқинлик қилиши мумкин бўлган қийинчиликлар ва «кўзга кўринмас» тўсиқларни олдиндан кўра билиш.

Бизнес-режани ишлаб чиқишда ушбу жараёнда корхона (фирма) раҳбариятининг иштирок этиш даражаси муҳим аҳамият касб этади. Бизнес-режани тайёрлашда раҳбарнинг шахсан иштирок этиши шунчалик муҳимки, хорижий амалиётда кўплаб банклар, инвестиция жамғармалари ва бошқа шу каби муассасалар бизнес-режа корхонадан ташқарида маслаҳатчилар томонидан тайёрланиб, раҳбарият томонидан фақат имзоланган ҳоалтлар маълум бўлиб қолганда умуман бу корхоналарнинг аризаларини кўриб чиқишга ҳам қабул қилмайдилар.

Бироқ бу бизнес-режани ишлаб чиқишда маслаҳатчилар хизматларидан фойдаланмаслик керак дегани эмас, аксинча, экспертларни бу ишга жалб қилиш қўллаб-қувватланади. Гап бу ерда бошқа нарса ҳақида бормоқда –

бизнес-режани ишлаб чиқиш корхона раҳбарининг ёки ўз ишини очмоқчи бўлаётган шахснинг шахсан иштирок этишини талаб қилади. Ишга киришар экан, у биринчи навбатда келгуси фаолиятни моделлаштиради ва унинг мақсадга мувофиқлигини текширади, иккинчидан, мўлжалланаётган ишлаб чиқаришнинг (бизнеснинг) барча ижобий ва салбий натижалари учун жавоб беради, учинчидан эса, бажарилган ҳисоб-китоблар ва ҳар бир кўрсаткичларнинг аҳамиятини яхши ва аниқ билади.

Масалан амалиётда шундай ҳолат кузатилганки, мебель маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи бир минтақавий корхона раҳбаридан ошхона жиҳозлари, стол-стул ва бошқаларнинг экспертлар фикрига кўра маҳсулот сифатига унчалик тўғри келмайдиган нархи қай тарзда белгиланган деб сўралганда раҳбар аниқ бир жавоб берал олмаган ва бу иш билан иқтисодчилар шуғулланган, бу уларнинг иши деб жавоб берган.

Генри Минуберг «Бошқарув меҳнати табиати» китобида ёзишича: «жамиятда деярли ҳар бир иш ихтисослашув ва концентрацияни талаб қилади. Станокда бирон-бир деталь тайёрлаш техникасини ўзлаштириб олган ишчилар кейинчалик кўплаб ҳафталар мобайнида бу иш билан шуғулланиши, муҳандис ва дастурчилар бирон-бир кўприк ёки компьютер дастурини тшлаб чиқиш учун бир неча ой сарфлаши мумкин бўлса, савдогарлар ўз ҳаётининг катта қисмини бир турдаги маҳсулот сотиш билан ўтказадилар. Раҳбар эса ўз ишида бундай бир хилликни кутишга ҳақли эмас. Аскинча, унинг фаолиятига қисқа муддатлилик, турли-туманлик ва узук-юлуқлик хосдир»<sup>9</sup>. Бунга қўшимча қилиб айтиш мумкинки, бизнес-режа ва унинг бўлимлари одатда корхонанинг мос келувчи хизматлари ва мутахассислари томоинидан тайёрлансада, раҳбариятнинг чуқур билимга эгаллиги корхона муваффақиятли фаолиятининг асосий омили ҳисобланади.

Бошқарув жараёнида бизнес-режанинг асосланганлиги ва ишончилигидан ташқари уни ишлаб чиқишнинг ўз вақтидалиги ҳам муҳим аҳамиятга эга. Бозор шароитларида, истеъмолчилик талаби тез-тез ўзгариб турган бир пайтда режалаштириш тизимида ўтмишдаги каби хатоларга йўл қўйиш мумкин эмас (корхоналар якуний режаси йил бошида эмас, йил ўртаси ва ҳатто охирига бориб тугалланган). Бундай режалар, табиийки, формал характерга эга бўлиб, корхона ривожланишининг белгиланган стратегиясини амалга оширишга хизмат қилмаган.

Шу сабабли бизнес-режани ўз вақтида ишлаб чиқиш муҳим аҳамиятга эга бўлиб, корхонада бошқарув сифатининг баҳолаш кўрсаткич бўлиб хизмат қилади. Бизнес-режани ишлаб чиқиш муддатларининг чўзилиб кетиши ғоянинг эскириши, ҳомийлар ва кредиторларнинг кетиб қолиши, вақт ва ишлаб чиқариш қувватларининг йўқотилиши, ишлаб чиқаришнинг сусайишига олиб келади.

---

<sup>9</sup> Генри Минуберг «Природа управленческого труда» – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2002.

Шундай қилиб, бизнес-режани тайёрлашнинг асосланганлиги, ишончилиги ва ўз вақтидалиги корхона муваффақиятининг гаровидир. Ўз вақтида хориж амалиётида 195 та саноат товарларининг муваффақияти ва муваффақиятсизлиги сабаблари таҳлил қилинган ва чоп этилган (Американинг «Форчун» журнали ҳар йили саноатнинг 33 тармоғида танлаб олинган 300 та компаниянинг рейтингини аниқлаб боради). Уларнинг 102 тасида фирмалар муваффақиятга эришган бўлса, 93 тасида бунинг акси кузатилган. Муваффақиятга эришишнинг учта асосий омили аниқланган:

- товарнинг рақобатчилар товарларидан устунлиги ва унинг истеъмолчилар томонидан қабул қилиниши;
- фирманинг маркетинг «ноу-хау»лари, яъни бозорни, харидорлар хулқ-атвори, янгиликларни қабул қилиш ва амалга ошириш сурати, товарнинг ҳаётийлик даври ва бошқаларни энг яхши тушуниши;
- фирманинг технологик «ноу-хау»лари, яъни ИИТТКИ ва ишлаб чиқариш синергиясининг юқорилиги.

Бироқ ортиқча чақириқлар, хориж тажрибаларини тарғиб қилишнинг ўзи билан бизнес-режанинг мазмунини, уни ишлаб чиқиш жараёнини бошқариш жараёнини яхшилаш мумкин эмас. Имконият реал воқеликка айланиши ҳамда бизнес-режалар корхоналар ҳаётида энг ҳаётий восита бўлиши учун аввало фан-техника тараққиёти билан ҳамнафас қадам ташловчи, юқори малакали ва ўз вақтида тўғри қарор қабул қилиши мумкин бўлган ишбилармон кишилар керак. Бюрократия ва формализмдан йироқ, ишлаб чиқаришни ривожлантириш манфаатларини миллий иқтисодиётнинг ривожланиши билан, жамоа манфаатларини ҳар бир меҳнаткаш манфаатлари билан боғлай олувчи мутахассис ва раҳбарлар керак бўлади. Айнан шундай кишилар бизнес-режалар тайёрлашнинг асосланганлиги, ишончилиги ва ўз вақтидалигини таъминлашга эришадилар ва ўз навбатида бизнесни режалаштириш фаолияти учун кенг имкониятлар очадилар.

### **3.2. Бизнес-режанинг ресурслар билан таъминланганлиги**

Маълумки, бизнес-режа корхона фаолиятининг жорий ва истиқболдаги стратегиясини амалга ошириш, биринчи навбатда, нимани, қанча ва ким учун ишлаб чиқариш вазифасини бажаришга хизмат қилиши лозим. Мазкур ишлаб чиқариш стратегияси, табиийки, бизнес-режани тузиш босқичидаёқ ресурслар таъминоти билан мустаҳкамланиши лозим.

**Ресурслар билан таъминланганлик** – бизнеснинг асосий қоидаларидан бири бўлиб, мулкчилик қайси шаклида эканлигидан қатъи назар мажбурий ҳисобланади. Моддий, меҳнат, молиявий ва техник-технологик ресурсларсиз маҳсулотни ишлаб чиқариш жараёнининг имкони йўқлиги ҳам исбот талаб қилмайдиган қоидадир. Шу сабабли янги ёки жорий ишлаб чиқаришни ташкил қиш вазифаси ҳал қилинаётган ҳар сафар ресурслар билан таъминланганлик масаласи юзага чиқади. Тўғри, бу вазифани ҳал қилиш методикаси кўп жиҳатдан ресурслар тури, ишлаб чиқариш миқёси ва характерига боғлиқ бўлади.

Айтиш керакки, ўтмишда, иқтисодиётда давлат мулки асосий ўринни эгаллаган, корхоналарни зарур моддий-техник ва молиявий ресурслар билан таъминлаш давлатнинг вазифаси бўлган пайтларда бу масалар корхоналарнинг «бошини оғритмас» эди. Корхона давлатга қарашли бўлганлиги сабабли давлатнинг ўзи унинг иқтисодий барқарорлиги, жумладан, унинг ресурслар билан таъминланганлиги учун жавобгар бўлган.

Бугунги кунда иқтисодиётда вазият умуман ўзгача. Иқтисодиётнинг асосини мулкчиликнинг турли шакллари ташкил этади. Давлат иқтисодий фаолият ва тадбиркорлик эркинлигини, қонунда кўрсатилган ҳоллардан ташқари корхоналарнинг ишлаб чиқариш-хўжалик фаолиятига аралашмасликни кафолатлайди, мулкчиликнинг барча шакллари тенглиги ва ҳуқуқий ҳимоя қилинишини таъминлайди. Корхона унга тегишли бўлган мулкни ўз ҳоҳишига кўра бошқаради. Шу билан бир пайтда у ишлаб чиқаришни зарур ресурслар билан таъминлаш масалаларини мавжуд қонун-қоидаларни бузмасдан, айланма воситаларни товар-моддий қадриятларга айлантириб қўймасдан ҳал қилиши лозим бўлади.

Шуни қайд этиб ўтиш жоизки, бизнес-режа тузиш бўйича, айниқса, хорижий тавсияларда ишлаб чиқариш режаси, менежмент, молиявий ва бошқа масалаларни ҳал қилишда бўлгани каби ресурслар таъминотига бағишланган махсус бўлим йўқ. Бироқ бизнес-режа корхонанинг асосий қонуни эканлиги ҳар дамда эслатиб турилади. Ҳақиқатдан ҳам, ғарб мамлакатлари жамиятда тадбиркорлик руҳини уйғотиш, ўз фуқароларида ишбилармон ва тадбиркорларни кўришдан ташқари уларни бу ишга ўргатади ҳам.

Хорижда ва мамлактаимизда тўпланган тажрибаларнинг кўрсатишича, ҳар қандай иш, ҳар қандай ишлаб чиқариш моддий, материал ва бошқа ресурслар етарли бўлган ҳоллардагина ривожланиши ва кутилаётган натижаларни бериши мумкин. шунинг учун ҳам ресурслар, айниқса, моддий ресурслар бутун йил давомида ишлаб чиқариш суратининг бир хиллигини таъминлаш учун сифат ва миқдор жиҳатидан етарли бўлиши керак. Бунда захираларнинг нормативдан ошиб кетишига ҳам йўл қўймаслик керак, чунки бу корхонанинг пул ресурсларини «ушлаб» туради ва уларнинг хўжалик айланмасида иштирок этишига йўл қўймайди.

Бизнеснинг (тадбиркорликнинг) ресурслар билан тўлиқ таъминланганлиги ишлаб чиқаришнинг барча босқичларида чиқарилаётган маҳсулот сифатига салбий таъсир кўрсатмаган ва белгиланган технологик жараёнларни бузмаган ҳолда моддий ресурсларни тежаш билан боғлиқ

бўлиши лозим. Бошқача қилиб айтганда, корхонанинг ресурслар таъминоти соҳасидаги сиёсатига ресурсларни тежаш сиёсати ҳамкорлик қилиши лозим бўлиб, бу бозор муносабатларидан ташқари айрим ресурс турларининг тақчиллиги ва тўлиқ эмаслиги билан ҳам асосланади.

Моддий ресурсларни тежашнинг асосий йўналишлари сифатида амалиётда қуйидагилардан фойдаланиш мумкин:

- ◆ йўқотиш ва чиқитларни камайтириш;
- ◆ бракни йўқотиш;
- ◆ хом-ашё ва материаллар сарфлашнинг прогрессив усулларини ишлаб чиқиш;
- ◆ янги технологияларни жорий қилиш;
- ◆ ўрнини босувчи моддаларни қўллаш, иккиламчи хом-ашёдан фойдаланиш ва ҳоказо.

Бизнеснинг ривожланиши, корхонанинг муваффақиятли фаолият кўрсатиши учун моддий ресурслар ва улардан оқилона фойдаланиш билан бирга инвестициялар ҳам муҳим аҳамият касб этади. Инвестициялар янги корхона яратиш учун ҳам, мавжуд корхонани ривожлантириш учун ҳам керак бўлади. Бугунги шароитларда чет эл инвестицияларини жалб қилишнинг аҳамияти катта бўлиб, улар республиканинг асосий капиталига, жумладан, корхоналарга киритилувчи маблағлар миқдорини оширишда билан бирга ишлаб чиқаришни модернизациялаш, замонавий рақобатбардош маҳсулот турларини чиқариш ва уларни жаҳон стандартлари талабларига етказишга имкон беради.

Бизнесни (тадбиркорликни) ресурслар билан таъминлаш оддий ва бир зумда ечиладиган масала эмаслиги шубҳасиз, албатта. У корхонанинг ишлаб чиқариш дастури ва маркетинг режасини ишлаб чиқиш билан бир пайтда ҳал қилиниши лозим. Корхона ходимларининг малакаси ва маҳорати бу ишда етакчи роллардан бирини ўйнайди. Ресурслар билан таъминланганлик корхона бизнес-режасининг муҳим бўлими бўлиб, иқтисодий, техник, ташкилотчилик ва бошқа билимларни талаб қилади.

### **3.3. Режалаштирилаётган бизнесни суғурталаш**

**Суғурталаш** – бозор инфратузилмасининг муҳим элементи бўлиб, фуқароларнинг ва хўжалик субъектларининг мулкӣ манфаатларини ҳимоя қилиши кўзда тутилади. Суғурталаш суғурталовчининг манфаатларини учинчи шахслар эътирозларидан ҳамда бу шахсларнинг ўз манфаатларини ҳам ҳимоя қилади, чунки суғурталовчининг моддий имкониятларидан қатъи назар етказилган зарарни қоплаш кафолатланади.

Суғурталашни ҳуқуқий жиҳатдан тартибга солиш ҳар бир мамлакатда давлат томонидан белгилаб қўйилувчи қонун ва қоидаларга асосан амалга оширилади. Масалан, Францияда уч қисмдан иборат бўлган Суғурта кодекси мавжуд. Унинг биринчи қисмида қонун нормалари, иккинчи қисмида ҳукумат қарорлари мавжуд бўлса, учинчи қисми бошқа маъмурий идораларнинг кўрсатмалардиан иборат.

Буюк Британияда суд жараёнлари суғурта ҳуқуқининг манбаи ҳисобланади. АҚШда ҳам шундай ҳолатни кузатиш мумкин. Швейцарияда эса суғурта ҳуқуқининг асосий манбаи 1908 йилда қабул қилинган ва кейинчалик маълум бир ўзгартиришлар киритилган «Суғурта шартномаси тўғрисида»ги қонун ҳисобланади. Россияда суғурта муносабатлари аввало Фуқаролик кодекси ҳамда 1997 йил 31 декабрда қабул қилинган «Россия Федерациясида суғурта ишини ташкил этиш тўғрисида»ги қонун билан тартибга солинади.

Суғурталаш Ўзбекистонда ҳам ривожланмоқда. мустақиллик қўлга киритилгандан сўнг, 1993 йилнинг майида «Суғурталаш тўғрисида»ги қонун, 2002 йилнинг апрелида эса ўз таркиби ва бажарувчи вазифалари бўйича жаҳон стандарти талабларига яқинлашган «Суғурта фаолияти тўғрисида»ги янги қонун қабул қилинди. Республикамиз суғурта тизимини бугунги кунда «Ўзбекинвест» Миллий суғурта компанияси, «Кафолат» давлат-акциядорлик суғурта компанияси, «Мадад» суғурта компанияси ва бошқалар намоён қилади.

Суғурталаш махсус фан соҳаси ва хўжалик амалдиёти бўлганлиги сабабли бу ерда суғурталашнинг тизим сифатидаги моҳиятига чуқур кириб бормаймиз. Суғурталашни фақат бизнесни қўллаб-қувватлаш ҳамда уни табиий офатлар, иқтисодий нобарқарорлик, учинчи шахсларнинг айби каби сабаблар билан юзага келиши мумкин бўлган йўқотиш ва зарарларнинг олдини олиш имконияти сифатида кўриб чиқамиз, холос.

Бизнес, ишлаб чиқариш ёки фаолиятнинг бошқа бир тури, айниқса катта миқдорда моддий ва молиявий ресурсларни жалб қилиш билан боғлиқ бўлиши доим ҳам муваффақият ёки ютуқнинг гарови бўла олмайди. Бу маълум даражада таваккалчилик ҳам бўлиб, бизнес тили билан айтганда олдиндан суғурта қилиниши лозим.

Бизнес ва тадбиркорлик одатда суғурт объекти бўлмайди. Суғурта тизими бутун дунёда асосан уч йўналишни назарда тутаяди: **шахсий суғурта, мулк суғуртаси ва жавобгарликни суғурталаш**. Бизнес соҳасида моддий

кадриятлар, мулк ва юк, депозитлар, тижорат рисклари ва бошқалар суғурта объекти вазифасини бажаради.

Рисклар, уларни баҳолаш ва башорат қилиш билан боғлиқ масалалар бизнес-режани тайёрлашда ҳам, келгусида уни амалга оширишда ҳам муҳим аҳамият касб этади. Гап шундаки, инвесторлар, банкирлар ва бошқа кредиторлар одатда корхона ёки тадбиркор олдида ишлаб чиқаришни ташкил этишда қандай муаммолар вужудга келиши ва улар бундай вазиятлардан қай тариқа чиқиб кетишини билишни истайдилар. Буни баҳолаш одатда муайян фаолият турига ёки бугунги тил билан айтганда мўлжалланаётган бизнес-лойиҳанинг миқёсига боғлиқ бўлади.

Суғурталаш мажбурий тарзда икки томоннинг – суғуртачи ва суғурталанувчининг иштирок этиши, шунингдек, белгиланган суғурта бадалини назарда тутиши сабабли суғурталанувчи, бизнинг ҳолатда корхона ёки тадбиркор томонидан бу ишнинг барча жиҳатларини чуқур ўйлаб кўриш лозим бўлиб, бу бадаллар асосида келгусида умумий суғурта жамғармаси шаклланади. Хусусан, қуйидагиларни амалга ошириш зарур:

- ◆ вужудга келиши мумкин бўлган барча рискларни аниқлаш;
- ◆ ҳар бир рискнинг вужудга келиш эҳтимолини аниқлаш;
- ◆ улар натижасида етказилиши мумкин бўлган зарар миқдорини ҳисоблаш;
- ◆ уларни вужудга келиш эҳтимоли бўйича ажратиш;
- ◆ йўл қўйиш мумкин бўлган риск даражасини белгилаш ва вужудга келиш эҳтимоли ушбу чегарадан паст бўлган барча рискларни бир четга суриб қўйиш.

Суғурталаш амалда фақат суғурталанувчи рискларга (risk insurable) таъсир кўрсатиб, уларни етказилиши мумкин бўлган зарар ва суғурта ҳолатининг юзага келиш эҳтимоли нуқтаи назаридан пул қийматида баҳолаш мумкин. Яъни риск оқибатлари объектив ўлчаниши ва қиймат баҳосига эга бўлиши лозим.

Риск чайқовчилик характериға эга бўлмаслиги ва суғуртачи ёки суғурта манфаатиға эга бўлган бошқа шахс билан алоқада бўлмаслиги лозим. Суғурта ҳолати жамият манфаатлари йўлида амалга оширилмаслиги керак.

Фирма ўз фаолияти мобайнида турли хил рискларға учраши мумкин бўлиб, уларни қуйидагича таснифлаш мумкин:

Ҳуқуқий рисклар. қонунчиликнинг мукамал эмаслиги, ҳужжатларнинг аниқ расмийлаштирилмаганлиги, қонунчиликнинг икки ҳил талқин қилиниши билан боғлиқ бўлади.

Рискни камайтириш учун амалга оширилувчи тадбирлар:

- ◆ хужжатларнинг мос келувчи қисмларини аниқ ифодлаш;
- ◆ хужжатларни расмийлаштириш учун ушбу соҳада амалий тажрибага эга бўлган мутахассисларни жалб қилиш.

Ишлаб чиқариш рисклари. Компьютер техникасининг мураккаблиги, ахборот технологиялари соҳасида техника тараққиётининг юқорилиги, кўрсатилаётган хизматлар сифатининг пастлиги билан боғлиқ бўлади.

Рискни камайтириш учун амалга оширилувчи тадбирлар:

- ◆ юқори малакали кадрларни танлаш;
- ◆ ходимлар малакасини оширишни доимий рағбатлантириш;
- ◆ кўрсатилаётган хизматлар сифатини назорат қилиш тизимини ишлаб чиқиш ва ундан фойдаланиш;
- ◆ зарур асбоб-ускуналарни харид қилиш учун ўз вақтида етарлича маблағ ажратиш.

Маркетинг рисклари. Бозорга чиқишда ушланиб қолиш, хизматларни нотўғри танлаш, маркетинг стратегиясини танлашда адашиш, нарх сиёсатидаги хатолар билан боғлиқ бўлади.

Молиявий, инновацион, ижтимоий ва бошқа риск турлари.

Мисол. қуйидаги жадвалда кўрсатилганидек, «Star» компьютер клубининг фаолияти билан боғлиқ риск ҳолатларини кўриб чиқамиз. Турли хил рискларнинг вужудга келиш эҳтимолини қуйидаги шкала бўйича баҳолаймиз:

0 - риск худди йўқдай қабул қилинади;

25- риск амалга ошмаслигининг эҳтимоли юқори;

50- ҳолатнинг рўй бериши ҳақида бирон нарса дейиш қийин;

75- риск юзага келиш эҳтимоли юқори;

100- рискнинг амалга ошиши деярли аниқ бўлади.

Жадвал

Лойиҳани амалга ошириш билан боғлиқ бўлган риск турлари

Рисклар	Салбий оқибатлар	Баҳо, %
1. Молиявий		
Янги рақобатчилар пайдо бўлиши билан талабнинг	Сотув ҳажмининг камайиши	60

барқарор эмаслиги		
Рақобатчиларнинг нархни пасайтириши	Нархларнинг пасайиши	5
Солиқларнинг ўсиши	Фойданинг камайиши	20
Истеъмолчиларнинг тўлов лаёқатининг пасайиши	Сотув ҳажмининг пасайиши ва фойданинг камайиши	30
Энергия ресурслари нархининг ўсиши	Фойданинг камайиши	50
Айланма воситаларнинг етишмаслиги	қарзга олинган маблағларнинг ўсиши	2
Жами молиявий рисклар бўйича		167
Ўртача риск %и		27,8
2. Ижтимоий		
Маҳаллий ҳокимият идоралари муносабати	Уларнинг талабларини бажариш учун қўшимча харажатлар	5
Кадрлар малкаси	Хизмат сифатининг пастлиги, бузилишнинг кўплиги	10
Жами ижтимоий рисклар бўйича		15
Ўртача риск %и		7,5
3. Техник		
Ишлаб чиқариш воситаларининг эскириши	Ишлаб чиқариш ва фойда ҳажмининг пасайиши	0
Асбоб-ускуналарнинг унчалик ишончли эмаслиги	Аварияларнинг кўпайиши, хизматлар сифатининг пасайиши	7

Заҳираларнинг йўқлиги	Талабнинг энг юқори ҳолларини қондира олмаслик	2
Жами техник рисклар бўйича		9
Ўртача риск %и		3,0
Жами		191
Ўртача риск %и		17,4

Лойиҳа бўйича асосий риск омиллари:

- ◆ янги рақобатчиларнинг пайдо бўлиши;
- ◆ энергия ресурслари нархининг ўсиши;
- ◆ истеъмолчиларнинг тўлов лаёқати пасайиши.

Мазкур омиллар юзага келганда уларнинг таъсирини камайтиришнинг асосий йўллари ишлаб чиқариш харажатларини пасайтириш, кўрсатилаётган хизматлар ассортиментини кўпайтириш ва луарнинг сифатини яхшилаш ҳисобланади.

Умуман олганда эса лойиҳа rischi унчалик сезиларли деб баҳоланмайди.

#### **қисқача хулосалар**

Бизнес-режа – корхонанинг муҳим ҳужжати бўлиб, уни тайёрлаш кўп вақт ва ходимларнинг иштирокини талаб қилади. Шу сабабли бизнес-редани ишлаб чиқиш жараёни корхона раҳбарияти томонидан маълум маънода бошқарилишни талаб қилади.

Бизнес-режани ишлаб чиқаришга раҳбарлик қилиш мос равишда жавобгарлик ва масъулиятни ҳам англатади. Бажарилган ҳисоб-китоблар, кўрсаткичлар ва бизнес-режа таркибининг ишончлилиги учун асосан корхона раҳбари жавобгар ҳисобланади.

Бизнес-режани тайёрлашни самарали бошқаришдан уни тайёрлаш учун энг кам вақт сарфланиши далолат беради. Энг оптимал вариант – режадаги янги йил бошига бизнес-режанинг тайёр бўлишидир.

Бизнес-режанинг ресурслар билан таъминланганлиги ушбу ҳужжатнинг муҳим бир талаби ва шу билан бир пайтда унинг ҳаётийлигини акс эттирувчи кўрсаткич ҳамдир. Бу ерда режадаги давр учун маҳсулот ишлаб чиқаришда қачон, қанча ва қандай ресурслар талаб қилиниши ва

уларни қоплаш манбаларини аниқлаш каби масалалар ҳал этилиши лозим.

Корхона бозор субъекти сифатида ҳозирги шароитларда истасамасе бизнесте ва тадбиркорлик билан боғлиқ бўлади. Бозор талаби корхона фаолиятини ўлчаб туривчи ўзига хос «барометр» вазифасини бажаради. Бу эса корхонани ўз бизнесини суғурталаш, айниқса, тижорат, молиявий ва бошқа бир қатор рискларнинг олдини олишни талаб қилади.

### **Мавзу бўйича таянч иборалар**

Бизнес-режани ишлаб чиқишни бошқариш. Бизнес-режани тайёрлашда раҳбарнинг шахсан иштирок этиши. Бизнес-режанинг асосланганлиги ва ишончлилиги. Бизнес-режани ўз вақтида ишлаб чиқиш. Муваффақиятга эришишнинг учта асосий омили. Ресурслар билан таъминланганлик. Моддий ресурсларни тежашнинг асосий йўналишлари. Бизнесни суғурталаш. Рисклар, уларни баҳолаш ва башорат қилиш. Суғурталанувчи рисклар (risk insurable). Ҳуқуқий рисклар. Ишлаб чиқариш рисклари. Маркетинг рисклари. Молиявий, инновацион, ижтимоий рисклар. Лойиҳани амалга ошириш билан боғлиқ бўлган рисклар. Лойиҳа бўйича асосий риск омиллари.

### **Муҳокама ва назорат саволлари**

11. Бизнес-режани ишлаб чиқиш жараёнини бошқариш қайси элементлардан таркиб топади?
12. Бизнес-режани ишлаб чиқиш жараёнини бошқаришда бажарилувчи асосий вазифаларни санаб беринг?
13. Бизнес-режа қандай талабларга жавоб бериши лозим?
14. Бизнес-режанинг ресурслар билан таъминланганлиги деганда нимани тушунаси?
15. Бизнес-режанинг асосланганлиги ва ишончлилиги учун ким жавоб беради?
16. Суғурталашнинг бизнесга қандай алоқаси бор?
17. Бизнесда суғуртаоашнинг мақсади ва асосий йўналишларини айтиб беринг.
18. Риск нима ва унинг бизнесга таъсирини қандай ҳисобга олинади?

### **Тавсия этиладиган адабиётлар**

1. Абдуллаев А., Айбешев Х. Бизнес режа. Ўқув қўлланма. Т.: «Молия», 2002. - 72бет.
2. Махмудов Э.Х., Исаков М.Ю. Бизнес планирование. (Учебное пособие). – Т.: Издательство Литературного фонда Союза писателей Узбекистана, 2004.
3. Генри Минуберг «Природа управленческого труда» – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2002.

4. Фомин Я.А. Диагностика кризисного состояния предприятия: Учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 439 с.
5. Сборник бизнес-планов деловых ситуаций с рекомендациями и комментариями: Учеб. прак. пос. /Под ред. В.М.Попова, С.И.Ляпунова . –М.: КноРус , 2003
6. Губарев В.Г. Основы экономики и предпринимательства: Учеб. пособ. – Ростовна-Дону: Феникс, 2003. –287 с.
7. Менеджмент организации: современнѳе технологии / Под ред. Проф. Н.Г. Кузнецова, проф. И.Ю. Солдатовой. Учеб. пособ. –Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. –480 с.
8. Минетт С. Промышленнѳй маркетинг: Принципиально новѳй подход к решению маркетинговѳх задач. –М.; СПб; Киев: Вильямс, 2003
9. <http://www.sorbona.fr>
10. <http://www.harvard>.

## **4-мавзу. КОРХОНАНИНГ ТАВСИФЛАНИШИ**

### **4.1.КОРХОНАНИНГ ТАВСИФЛАНИШИ**

**Режа:**

#### **4.1.1. Бизнес-режанинг резюмеси (қисқача мазмуни)**

#### **4.1.2. Корхонанинг тармоқдаги ва бозордаги ҳолати таҳлили**

#### **4.1.3. Корхонани баҳолаш**

##### **4.1.1. Бизнес-режанинг резюмеси (қисқача мазмуни)**

Бизнес-режа юқорида айтиб ўтилганидек, мураккаб структурага эга. Унинг бўлимлари таркиби бизнес турига боғлиқ ҳолда ўзгариши мумкин. Бироқ шунга қарамай, бизнес-режаларнинг деярли барча турлари таркибида энг муҳим бўлим сифатида **резюме** – корхона ва бўлажак бизнеснинг қисқача тарифланиши мавжуд бўлади. У фойдаланувчига бизнес-режанинг бошқа бўлимлари билан деталли равишда танишиб чиқиш мақсадга мувофиқлигини аниқлашга ёрдам бериши лозим.

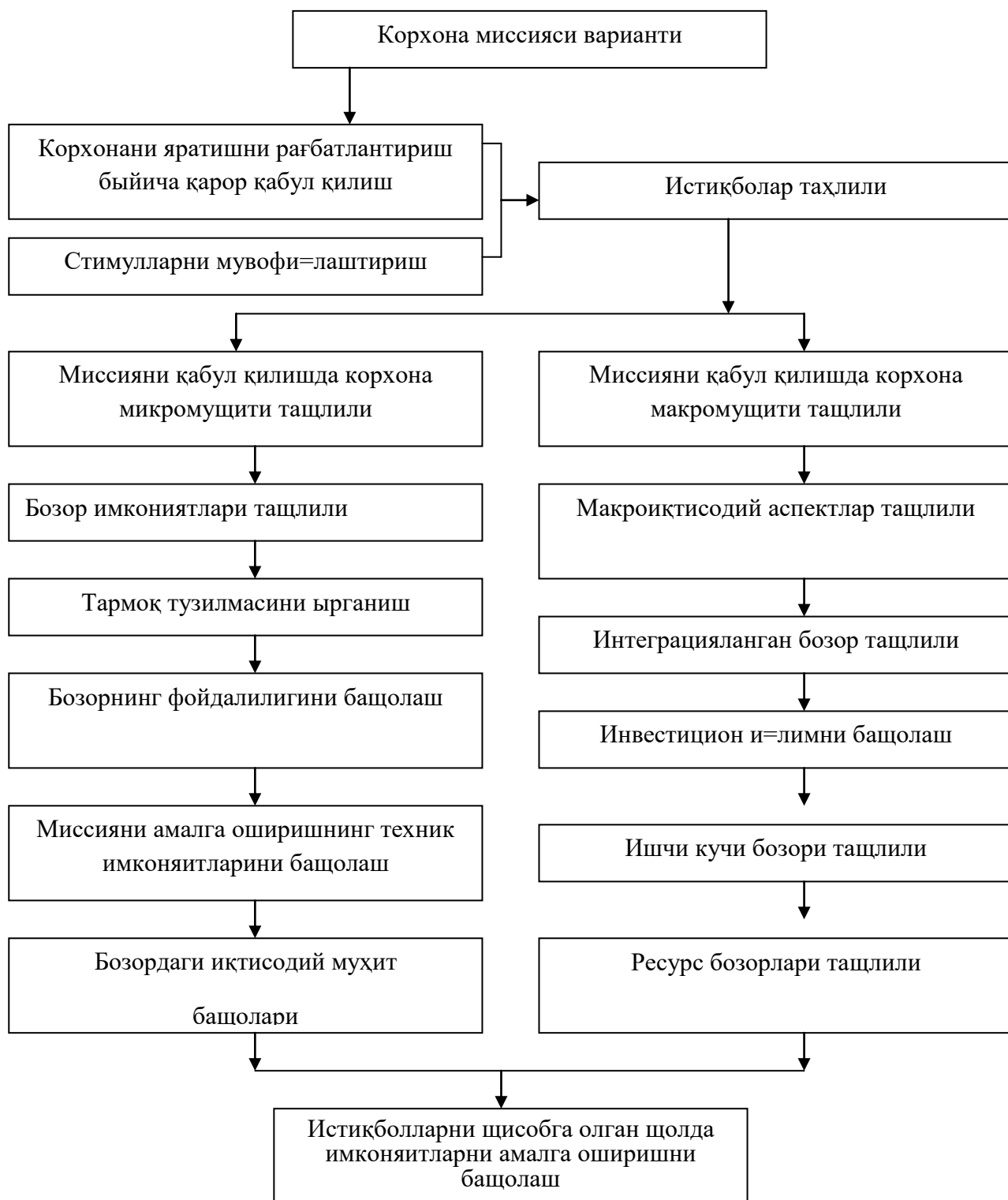
Ушбу бўлим устида ишлаш жуда ҳам муҳим, чунки бу бўлим инвестор ёки кредиторларга кўнгилдагидек таъсир кўрсата олмаса улар бизнес-режани охиригача кўриб ҳам чиқмайдилар. Унутмаслик керакки, бизнес-режанинг айнан шу қисми тақдимот пайтида гап янги корхона ёки янги инвестицион лойиҳани амалга ошириш ҳақида гап борганда асосий ролни ўйнайди.

Резюме бизнес-режани тайёрлашнинг сўнгги босқичида, бошқа бўлимлар ҳақида ҳамма нарса маълум бўлгандан сўнг тузилади. Унинг ҳажми бир неча варақдан ошмаслиги ҳамда қисқалик ва аниқлик билан ажралиб туриши лозим.

Резюмеда қуйидаги асосий позицияларни акс эттириш зарур:

- мазкур бизнес-режани тақдим этувчи корхонани, бизнес-режанинг мақсади, ўзига хос жиҳатлари ва тарихини ифодалаш;
- корхонанинг ташкилий-шукуқий шакли;
- корхона шуғулланиши кутилаётган бизнесни тавсифлаш;
- бошқарув персоналининг малакаси ва корхона капиталидаги иштироки ҳақидаги қисқача маълумотлар;
- бозордаги ва тармоқдаги вазиятни тавсифлаш;
- корхона маҳсулоти (хизматлари) ва унинг рақобатчилар маҳсулотларидан фарқи;
- лойиҳанинг узоқ муддатли ва қисқа муддатли мақсадлари, кутилаётган даромад ва ишлаб чиқаришнинг ўсиши;
- белгиланган мақсад ва вазифаларга эришишнинг тактик режаси;
- зарур инвестициялар миқдори ва улардан фойдаланиш йўналишлари;
- инвестиция қўйилмаларидан фойдаланишнинг молиявий натижалари;
- кутилаётган рисклар ва инвесторлар учун мукофотлар;
- корхонанинг ишлаш шароитлари, уни яратиш ва рўйхатдан ўтказиш ҳақидаги маълумотлар;
- корхона раҳбариятининг телефонлари.

Резюме бизнес-режанинг «юзи», барча ғоялар, фикр-мулоҳазалар ва уларни амалга ошириш йўллари «йиғиндиси» эканлиги сабабли у биринчидан, батафсил ўйлаб кўрилиши ва ҳар томонлама текширилиши, иккинчидан эса корхонанинг асосий миссиясини амалга ошириш билан боғлиқ бўлиши лозим бўлиб, бу қуйидаги схема ёрдасида акс эттирилади.



Бўлимнинг асосий вазифаси шундаки, менежерларнинг бизнес-режанинг асосий қоидаларини тушунишларини, шунингдек, уларни қисқа, аниқ ва лўнда ифода қилиш имкониятини намоён этиш ҳисобланади. Резюме раҳбариятнинг режанинг асосий қоидаларига бўлган реал муносабатини ақс эттириши лозим.

Мисол тариқасида бизнес-режа тузган ҳолда лойиҳани ишлаб чиқиш ва

амалга оширишни кўриб чиқамиз.

Инвестиция лойиҳасини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш. “Star” компьютер клуби аҳолига компьютер хизматлари кўрсатиши зарур.

Ҳозирги пайтда ахборот технологияларининг роли сезиларли равишда ўсган. Шаҳарда ёшлар (талабалар, ўқувчилар ва ҳоказо) сони кўп бўлганлиги сабабли “Star” компьютер клуби оммавий бўлиши кутилади.

Лойиҳанинг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат:

- ◆ компьютерда ишлаш (Office билан);
- ◆ ўйинлар (Need for speed, Quake 3 Arena, Unreal tournament 2003, Grand theft auto 3, Star craft);
- ◆ матнни чоп эттириш;
- ◆ сканердан фойдаланиш.

Лойиҳани яратишдан мақсад аҳолининг мазкур хизмат туралрига бўлган эҳтиёжларини қондириш ва “Satr” компьютер клубини ривожлантириш учун қўшимча маблағ олиш ҳисобланади.

Лойиҳани амалга ошириш учун 14 млн. сўм миқдорида капитал қўйилмалар талаб қилинади. кредитни қайтариш учун лойиҳада белгланган муддат– 1,75 йил (1 йил 9 ой). Шу давр мобайнида корхона кредит ва фоизларни қайтаргандн сўнг 4561,4 минг сўм миқдорида фойд олади.

#### **4.1.2. Корхонанинг тармоқдаги ва бозордаги ҳолати таҳлили**

Инсоннинг, жамоанинг ва бутун корхонанинг қиладиган барча ишлари вазиятни таҳлил қилиш ва баҳолашдан бошланади. Бизнес, ишлаб чиқариш ва бошқа ҳар қандай иш истисно эмас. Бунинг устига айнан бизнесда тармоқдаги ва бозордаги вазиятни олдиндан таҳлил қилиш бошқа жойларга караганда кўпроқ талаб қилинади.

Корхонанинг тармоқдаги ва бозордаги ҳолати таҳлили бу ўз моҳиятига кўра ташқи муҳит диагностикасидир. У бизнес-режани тайёрлашда резюмедан кейинги иккинчи қадамдир. Бизнес-режа тузиш бўйича бугунги услубий тавсиялар ушбу бўлимни мазкур корхона фаолият кўрсатувчи муҳитнинг инвестицияларни жалб қилишини таҳлил қилишдан бошлашни таклиф қилади. Тармоқни тавсифлаш қуйидагиларни камраб олиши лозим:

- ◆ тармоқнинг иқтисодий секторини аниқлаш (фан, ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва ҳоказо);
- ◆ мавсумийлик;
- ◆ тармоқ бозорининг географик жойлашуви (маҳаллий, минтақавий, миллий, халқаро);

- ◆ мазкур тармоқ таклиф этувчи асосий маҳсулот ва хизмат турлари;
- ◆ тармоқнинг ҳозирги ҳолати ва ривожланиш истикболлари;
- ◆ тармоқ бозорининг структураси, сиғими ва унинг ўзгариш тенденциялари;
- ◆ корхона ривожланишига ижобий ёки салбий таъсир кўрсатиши мумкин бўлган омиллари (янги истеъмолчи ва рақобатчилар, қонун ва қоидаларнинг пайдо бўлиш эҳтимоли).

Тармоқ ва бизнес соҳаси тўғрисида қарор қабул қилиш тадбиркорнинг ўзи учун ҳам, тадбиркорлик лойиҳаси учун ҳам муҳим аҳамият касб этади. Танланган фаолият соҳасининг ривожланиш тенденцияларини тўлиқ ҳисобга олмаслик бизнес-лойиҳани жорий қилишда кутилмаган натижаларга ва иқтисодий самарадорликнинг пасайишига олиб келиши мумкин.

Тармоқнинг жаҳон меҳнат тақсимоотида ва халқаро бозорда тутган ўрни, унинг экспорт имкониятлари, шунингдек, халқ хўжалигининг ушбу тармоқ маҳсулотлари қизиқиш уйғотувчи бошқа тармоқлари билан ишлаб чиқариш-техник алоқалари ҳақидаги маълумотлар фойдали ҳисобланади.

Кўплаб тадбиркорлар учун у ёки бу тармоққа кириб боришда иқтисодий ва бошқа турдаги тўсиқлар юзага келиб, улар одатда бошланғич капитал даражасининг юқорилиги, киритилган маблағларнинг ўзини қоплаш муддати узоклиги ва фойда олишдаги ноаниқликларга боғлиқ бўлади.

Шунингдек, тадбиркорлик фаолияти циклик моиллар таъсирига учраши сабабли юзага келган бозор конъюнктурасини ҳам ҳисобга олиш лозим.

Бизнес-режани муваффақиятли амалга оширишда бозорни тўғри аниқлашдан ташқари унинг ҳали эгалланмаган ёки рақобатчилар томонидан тўлиқ фойдаланилмаган қисмини топиш ҳам муҳим аҳамият касб этади. Яъни маълум бир истеъмолчиларга ўналтирилган ва тадбиркорга ўз имкониятларидан самралироқ фойдаланиш имкониятини берувчи тадбиркорлик фаолияти соҳасини ифодаловчи «бозор қисми»ни топиш муҳим. Унинг ҳажми бозор сегменти сиғимидан кичик бўлиб, унда рақобатчилар ҳам бўлмаслиги лозим. Бундай таърифлаш бозордан жой кидириш ва уни эгаллаш жараёнининг моҳиятини акс эттиради.

Ушбу жараённи истеъмолчилар доираси аниқ белгиланган ҳолда фаолият соҳаси миқёсини танлаш сифатида белгилаш мумкин бўлиб, умуман тадбиркорнинг солиштирма устунликларига мос келади.

Бозорни ва асосий рақобатчиларни таҳлил қилишда қуйидаги масалаларга асосий эътиборни қаратиш лозим: бозор ҳажмини (сиғимини); бозорнинг тўйинганлик даражасини; яқин истикболда бозорнинг

тўйинганлик даражаси ва ҳажмининг ўзгариш тенденцияларини; энг истиқболли соутв бозорларини аниқлаш (6.1-жадвал); асосий рақобатчиларни баҳолаш (6.2-жадвал).

-жадвал

Сотув бозорларини баҳолаш

№	Кўрсаткичлар	Корхонага энг яқин шаҳар ёки аҳоли пункти	100 км масофадаги аҳоли пунктлари	100 кмдан узоқдаги бозорлар
1	Талаб даражаси			
2	Талабни қониқтириш даражаси			
3	Рақобат даражаси			
4	Маҳсулотни харид қилишга тайёр истеъмолчилар салмоғи			

6.2-жадвал

Рақобатчиларни баҳолаш ва таҳлил қилиш

№	Рақобатчилар тавсифномаси	Асосий рақобатчилар	
		Биринчи	Иккинчи
1	Сотув ҳажми, натурал кўрсаткичлар		
2	Бозорда эгаллаган улуши, %		
3	Нарх даражаси		
4	Молиявий ҳолат (рентабеллик)		

5	Технологиялар даражаси		
6	Маҳсулдат сифати		
7	Реклама харажатлари		
8	Ташқи кўринишнинг жозибадорлиги		
9	Корхона фаолият кўрсатаётган вақт, йил		

### 4.1.3. Корхонани баҳолаш

Корхона тўғрисидаги ахборот инвесторлар корхонанинг ишончилиги, унинг бозордаги ҳолати барқарорлигига ишонч ҳосил қилишлари учун иложи борича тўлиқ бўлиши лозим. Корхонани тавсифлаш унинг чратилиш тарихи, ташкилий-ҳуқуқий шакли, давлат идоарларида рўйхатдан ўтиши, хўжалик алоқалари, энг йирик фойдали лойиҳалари, менежмент самарадорлиги ҳақидаги маълумотлар ва бошқаларни қамраб олиши лозим.

Корхона тавсифномаси қуйидаги саволларга тўлиқ жавоб бериши зарур:

- корхона тарихи, ўтган давр мобайнида унинг ривожланиши;
- корхонанинг асосий эгалари рўйхати, улардан ҳар бирининг корхонанинг асос топиши ва фаолият кўрсатишидаги роли;
- корхона ривожланишига таъсир кўрсатган ҳодисалар;
- корхонанинг ташкилий тузилмаси ва ходимлар ҳақидаги маълумотлар;
- маҳсулотни сотишда тарихий ва жорий тенденциялар;
- сўнгги уч йил мобайнида корхонанинг техник-иқтисодий ва молявий кўрсаткичлари;
- корхонанинг асосий ютуқ ва устунликлари;
- сотув ҳажми динамикаси;
- корхонанинг бозордаги улуши ва унинг тенденциялари;
- корхона рекламаси ва реклама имкониятларидан фойдаланиш даражаси;
- корхонанинг ташкилий-ҳуқуқий даражаси;
- корхона харажатлари;
- молявий-хўжалик фаолиятида корхона олдида вужудга келувчи муаммолар;
- корхонанинг кучли ва заиф томонларини баҳолаш (маҳсулот ёки хизмат сифтаи, сотув имкониятлари, ишлаб чиқариш харажатлари даражаси,

ходимлар малакаси ва тажрибаси, технологиялар даражаси, материаллар ва бутловчи қисмларни етказиб бериш шароилари, менежмент даражаси).

Корхона ва унинг рақобатчиларининг кучли ва заиф томонларини баҳолаш ва таҳлил қилишни жадвал кўринишида акс эттириш мумкин (6.3-жадвал).

*Корхона ва унинг рақобатчиларининг кучли ва заиф томонлари таҳлили*

Корхонани тавсифловчи омиллар	Устунлик	Камчилик	Баҳо
<p><i>Корхона менежменти</i></p> <p>тадбиркорлик маданияти ва фалсафаси мақсадлар ва стратегиялар ходимларни рағбатлантириши тизими</p>			
<p><i>Ишлаб чиқариш</i></p> <p>асбоб-ускуналар ишлаб чиқариш линияларининг мослашувчанлиги ишлаб чиқаришни ривожланиш ва бошқариш сифати</p>			
<p><i>Илмий тадқиқотва лойиҳалар</i></p> <p>интенсивлик ва натижалар ноу-хау янги ахборот технологияларидан фойдаланиш</p>			
<p><i>Маркетинг</i></p> <p>сотувни ташкил қилиш сотув филиалларини жойлаштириш энг муҳим маҳсулот турларининг «хаётийлик цикли» босқичи</p>			
<p><i>Кадрлар</i></p> <p>ёш таркиби маълумот даражаси ходимлар малкаси ва уларнинг меҳнатини рағбатлантириш</p>			
<p><i>Молия</i></p> <p>ўз капитали салмоғи (капитал ва захиралар) молиявий ҳолат даражаси кредит олиш имкониятлари</p>			

***Мазкур лойиҳанинг мақсади «Star» компьютер клубини яратишнинг иқтисодий самарадорлигини асослаб беришдир.***

Корхоналар ташкилий-ҳуқуқий шаклларининг барча афзаллик ва камчиликларини ҳисобга олган ҳолда ушбу лойиҳа учун энг мақбули – масъулияти чекланган жамият (МЧЖ) танлаб олинди.

Масъулияти чекланган жамият (МЧЖ) бир ёки бир неча шахс таомнидан таъсис этилиб, низом капитали таъсис ҳужжатларига асосан белгиланган ҳажмлар бўйича улушларга бўлинади. МЧЖ қатнашчилари унинг мажбуриятлари учун жавоб бермайди ва ўзлари киритган маблағ ҳажмида жамият фаолияти билан боғлиқ рискка учрайди.

Масъулияти чекланган жамиятининг фирма номида жамият номи ва «масъулияти чекланган» сўзлари бўлиши керак. МЧЖ қатнашчилари сони қонунда белгилаб қўйилгандан ошмаслиги лозим.

Таъсисчилар томонидан имзоланган таъсис шартномаси ва низом жамиятнинг таъсис ҳужжатлари ҳисобланади.

МЧЖнинг низом капитали қатнашчилар маблағидан ташкил топади ва кредиторлар манфаатларини кафолатловчи жамият мулкининг минимал ҳажмини белгилаб беради. Низом капитали миқдори қонунда белгилангандан кам бўлмаслиги лозим.

***МЧЖнинг олий органи барча иштирокчиларнинг умумий мажлиси ҳисобланади. Жамият кўнгилли равишда тугатилиши ёки барча қатнашчиларнинг бир овозда қабул қилинган қарорига асосан махсус жамиятга ёки ишлаб чиқариш кооперативига айлантирилиши мумкин.***

Масъулияти чекланган жамияти куйидаги мажбуриятларга эга:

- ◆ капиталларни бирлаштиришнинг туралридан бири бўлиб, барча аъзоларнинг жамият ишларида ҳақсан иштирок этишини талаб қилмайди;
- ◆ жамиятнинг низом капитали иштирокчилар улушига бўлинади ҳамда улар жамият қарзлари учун жавобгар бўлмайди;
- ◆ низом капитали қонунда белгилаб қўйилган миқдордан кам бўлмаслиги лозим.

МЧЖ устунликлари:

- ◆ катта миқдорда маблағларни тезлик билан тўплаш имконияти;
- ◆ МЧЖ бир шахс томонидан ташкил этилиши мумкин;
- ◆ жамият аъзолари жамиятнинг мажбуриятлари учун чекланган жавобгарликка эга бўлади.

МЧЖ камчиликлари:

- ◆ низом капитали қонунда белгиланган миқдордан кам бўлмаслиги лозим;
- ◆ МЧЖ кредиторлар учун жозибадорлиги кам, чунки жамият аъзолари жамиятнинг мажбуриятлари учун чекланган жавобгарликка эга бўлади.

МЧЖ низом капитали корхона маблағларининг умумий пул баҳосини ифодалайди. Бу кўрсаткич фирманинг имиджи ҳақида, унинг тадбиркорлик фаолияти кенглиги ҳақида далолат беради.

МЧЖ низом капитали миқдори таъсис хужжатлари рўйхатдан ўтказиш учун тақдим этилган пайтда 1600 евродан кам бўлмаслиги лозим.

Бошланғич низом капитали таъсисчилар маблағлари ҳисобига шакллантирилади. Таъсисчилар таркиби вауларнинг пай улушлари қуйидаги жавдалда келтирилган.

### Таъсисчилар таркиби ва уларнинг пай улуши

Таъсисчилар	Пай ҳажми	
	Минг сўм	%
Киселевич Ю.В.	3000	25
Панченко Л.Г.	3000	25
Пашкевич Н.А.	3000	25
Яроцкая Н.В.	3000	25
Итого	12000	100

**Янги корхонани ташкил қилишнинг дастлабки босқичида таъсисчилар таркиби белгиланиб, таъсис хужжатлари ишлаб чиқилади. Шу билан бирга жамият қатнашчиларининг 1-сонли умумий мажлиси баённомаси расмийлаштирилиб, унда жамият директори ва тафтиш комиссияси раиси тайинланади. Сўнгра банкда вақтинчалик ҳисоб рақами очилиб, унга корхона рўйхатга олангандан кейин 30 кун ичида низом капиталининг камида 50% қисми ўтказилади. Корхона маҳаллий ҳокимият органларида рўйхатга олинади. Давлат рўйхатидан ўтказиш учун қуйидаги хужжатлар тақдим этилади:**

- ◆ таъсисчиларнинг рўйхатдан ўтказиш ҳақидаги аризаси;
- ◆ корхона низоми;
- ◆ корхона тузиш ҳақидаги қарор;
- ◆ корхонани ташкил этиш ва унинг фаолияти ҳақида таъсисчилар шартномаси;

- ◆ давлат бојини тўлаганлик ҳақида маълумотнома.

Давлат рўйхатидан ўтказилган ва бу ҳақда маълумотнома олингандан сўнг янги корхона ҳақидаги барча маълумотлар давлат реестрига киритиш учун махсус идораларга юборилади. Бу ерда қр ва ташкилотларнинг махсус таснифлаш кодлари берилади.

Янги корхонани яратишнинг якуний босқичида унинг қатнашчилари ўз маблағларини киритиб, банкда доимий ҳисоб рақами очадилар, корхона туман солиқ идорасида рўйхатга олинади, юмалоқ муҳр ва тўртбурчакли штампга эга бўлади. Шу пайтдан бошлаб корхона мустақил ҳуқуқий шахс сифатида фаолият кўрсата бошлайди.

### **қисқача хулосалар**

Резюме қисқа шаклда ва ишончли тарзда бизнес-режанинг асосий позициялари, молиялаштириш эҳтиёжи, бозор салоҳияти ва барча ва бошқалар ҳақида ахборот беради.

Корхонани тавсифлаш бу корхона фаолият кўрсатувчи тармоқни, унинг ривожланиш ҳолати, инвестицияларни жалб қилишининг баҳоланишини тавсифлаши лозим.

Тармоқни тавсифлаш ундаги иқтисодий вазиятга таъсир кўрсатувчи ички ва ташқи омиллар ҳақидаги маълумотлардан (мавжуд конъюнктура, кутилаётган рақобатчилар ва маҳсулот истеъмолчилари, иқтисодий сиёсатнинг ўзгариши ва ҳоказо) иборат бўлиши керак.

Корхона тўғрисидаги ахборот корхонанинг ҳозирги ҳолати, унинг кучли ва заив томонлари, ташкилий-техник даражаси, менежменти ва замонавий талабларга мос келиши ҳақидаги маълумотларни қамраб олиши лозим.

### **Мавзу бўйича таянч иборалар**

Бизнес-режанинг резюмеси. Корхонанинг ташкилий-ҳуқуқий шакли. Корхона шуғулланиши кутилаётган бизнесни тавсифлаш. Бошқарув персоналининг малакаси. Бозордаги ва тармоқдаги вазиятни тавсифлаш. Корхона маҳсулоти (хизматлари) ва унинг рақобатчилар маҳсулотларидан фарқи. Лойиҳанинг узоқ муддатли ва қисқа муддатли мақсадлари. Кутилаётган даромад ва ишлаб чиқаришнинг ўсиши. Белгиланган мақсад ва вазифаларга эришишнинг тактик режаси. Зарур инвестициялар миқдори. Тармоқни тавсифлаш. Бозорни ва асосий рақобатчиларни таҳлил қилиш.

Корхонани баҳолаш. Корхона тавсифномаси. Корхона ва унинг рақобатчиларининг кучли ва заиф томонларини баҳолаш ва таҳлил қилиш. Таъсисчилар таркиби. Давлат рўйхатидан ўтказиш.

### **Муҳокама ва назорат саволлари**

1. Бизнес-режа резюмеси таркиби нимадан иборат?
2. Бизнесингиз фойда кўрсатадиган тармоқдаги вазиятни тавсифлаб беринг. Бунда нималар назарда тутилади?
3. Корхона имиджи нима ва у қандай баҳоланади?
4. «Корхонани тавсифлаш» бўлими қандай маълумотлардан иборат бўлиши керак?
5. Корхонанинг ташкилий-техник даражаси деганда нима тушунилади?
6. Корхонанинг кучли ва заиф томонлари қандай баҳоланади?
7. Корхонанинг таъсис хужжатлари нималардан иборат ва уларнинг аҳамияти қандай?
8. Корхонани давлат рўйхатидан ўтказиш тартиби қандай?

### **Тавсия этиладиган адабиётлар**

1. Абдуллаев А., Айбешев Х. Бизнес режа. Ўқув қўлланма. Т.: «Молия», 2002. - 72бет.
2. Махмудов Э.Х., Исаков М.Ю. Бизнес планирование. (Учебное пособие). – Т.: Издательство Литературного фонда Союза писателей Узбекистана, 2004.
3. Югай Л.П. Бизнес-планирование (текстў лекций). – Т.: ТГЭУ, 2000.
4. Сухова Л.Ф., Чернова Н.А. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия: Учебное пособие. – М.: Финансў и статистика, 2001.
5. Югай Л.П. Бизнес-планирование (текстў лекций). – Т.: ТГЭУ, 2000.
6. О Нил У. Как делать деньги на фондовом рўнке: Стратегия торговли на росте и падении; Пер. с англ.. –М.: Альпина Пблишер, 2003. –328 с.
7. Основў государственного регулирования финансового рўнка: Учеб пос. –М.: Юстицинформ., 2002. –507 с.
8. Риски в экономике: Учеб пос. для вузов/ под. ред. проф. В.А. Швандара. –М.: Юнити-Дана, 2002. –370 с.
9. Шапкин А.С. Экономические и финансовўе риски. Оценка, управление, портфель инвестиций: Монография. –М.: Дашков и К, 2003. –554 с.
10. Васильченко Н.Г. Современная система управления предприятием: учебно-практическое пособие. –М.: ЗАО “Бизнес-школа” Интел-Синтез, 2003. –319 с.
11. <http://www.essaybank.co.uk>
12. <http://www.ox.ac.uk>

## **4.2.-мавзу. КОРХОНА МАҲСУЛОТИНИ ТАВСИФЛАШ**

**Режа:**

**4.2.1. Корхона маҳсулотининг комплекти тавсифномаси ва баҳоланиши**

**4.2.2. Маҳсулотни баҳолаш усуллари**

**4.2.3. Товарнинг ҳаётийлик даври**

### **4.2.1. Корхона маҳсулотининг комплекти тавсифномаси**

#### **ва баҳоланиши**

Корхона маҳсулоти (иши, хизмати) беш тавсифномага – сифат даражаси, хусусиятлар йиғиндиси, ўзига хос безаги, марка номи ва ўзига хос ўровига эга бўлиши лозим.

Бизнес-режада маҳсулотни тавсифлаш бозорга сотувга киритилаётган товар каби ифодаланиши лозим. Товарни ўз истеъмол қиймати билан одамларнинг у ёки бу эҳтиёжларини қондирувчи товар ҳақида тушунча эканлиги ҳақида тасаввур пайдо бўлишининг олдини олиш керак. Товарнинг бу хусусиятлари унинг бозор тушунчаси сифатидаги хусуситларининг ярмини ташкил қилади, холос. Иккинчи ярми маҳсулотни стиш ва истеъмолга тайёрлаш, унги тахник хизматкўрсатиш, эҳтиёт қисмлар билан таъминлаш, товар белгиси, ўрови ва ҳоказолардан иборат бўлади.

Маҳсулотни баҳолашда таклиф қилинаётган товарнинг ҳаётийлик циклини аниқлаш ҳам муҳим аҳамия касб этади.

Ҳар қандай товарнинг ҳаётийлик даври маълум бир қонуниятларга бўйсунди ва бир қатор босқичлардан (намойиш этиш, ўсиш, тарқалиш, тўйиниш, сўниш) иборат бўлади. товарнинг бу босқичлардан ўтиш тезлиги бозор конъюнктурасига таъсир кўрсатувчи бир қатор ҳолатларга боғлиқ бўлади.

Товарнинг ҳаётийлик цикли босқичлари бўйича олдиндан ҳисоблаб чиқилган ва белгиланган тарзда ҳаракатланиши нарх, товарни тарқатиш усуллари, реклама, ишлаб чиқариш объектлари ва товар ҳаракатланиши билан маневр қилиш каби воситалардан фойдаланган ҳолда зарур чоратадбирларни ўз вақтида қабул қилишга имкон беради. Уларнинг барчаси

сотув ҳажми ва даражасига, демак, бизнес-режанинг молиявий натижаларига ҳа мтаъсир кўрсатади.

Товар уни истеъмолчи томонидан қабул қилиш нуқтаи назаридан кўриб чиқилиши зарур. Бу мақсадда товар ҳақида қуйидаги маълумотлар келтирилади:

### **1. Товар қондирувчи эҳтиёжлар**

Эҳтиёжларни тавсифловчи асосий ахборот қуйидагилардан иборат:

- ◆ товар номи;
- ◆ товарнинг вазифалари, фойдали самараси;
- ◆ товардан фойдаланишнинг универсаллиги, билвосита фойда, иккинчи даражали қўллаш соҳалари (масалан, чангютгичдан биноларни оҳаклашда фойдаланиш имконияти);
- ◆ товарнинг ўзига хослиги таъминловчи омиллар.

### **2. Сифат кўрсаткичлари**

Маҳсулот хусусиятларига унинг қуйидаги сифат кўрсаткичлари бевосита боғлиқ бўлади: узоқ муддат хизмат қилиш, ишончилилик, оддийлик, хавфсизлик ва ҳоказо. Айрим сифат кўрсаткичлари миқдорий жиҳатдан баҳоланиб, мос келувчи маълумотлар бизнес-режада келтирилиши мумкин. Хусусиятлар йиғиндисини худди сифат даражаси каби харидорлар тасаввурига мос келувчи тушунчалар сифатида ўлчаш зарур.

### **3. Иқтисодий кўрсаткичлар**

Иқтисодий кўрсаткичлар қуйидагилар:

- истеъмол нархи;
- битта маҳсулот бирлиги таннархи ва у келтирувчи фойда. Истеъмол нархи товарнинг хизмат қилиш муддати давомида унга сарфланувчи харажатларни акс эттириб, қуйидагилардан биорат бўлади:
- сотув нархи;
- транспорт харажатлари;
- ўрнатиш харажатлари;
- ходимларни ўқитиш харажатлари;
- эксплуатация харажатлари;
- техник хизмат кўрсатиш ва таъмирлаш харажатлари;
- солиқлар;
- суғурта бадаллари ва ҳоказо.

### **4. Товарнинг ташқи безалиши**

Товарнинг ташқи безалишини тавсифлашда унинг замонавий дизайн ва истеъмолчилар талабларига мос келиши акс эттириш, маҳсулот шакли унинг функцияларига қанчалик жавоб бериши, материал ва ранг нима асосида танланганлиги ва ҳказоларни кўрсатиш лозим.

## **5. Янги товарни тавсифлаш**

Янги товарни тавсифлаш айрим хусусиятларга эга. Аввало товар «бозор янгилиги» талабларига жавоб бериши кўрсатилади. Бу атама билан белгиланувчи товарлар қуйидаги хислатларга эга бўлади:

- истеъмолчи олдида энг янги эҳтиёжларни қондириш имокниятини очиб беради (пионер товар);
- оддий, маълум бўлган эҳтиёжни бир поғона юқорига кўтаради (оқ-қора телевизор ўрнига рангли телевизор);
- истеъмолчиларниг кенгроқ доирасига маълум даражада эҳтиёжни қондиришга имокн беради.

## **6. Бошқа товарлар билан сотиштириш**

Товарнинг хусусиятларин кўриб чиқишда бозорда мавжуд бўлган товарлар ва корхона таклиф қилаётган товар хусусиятлари ўртасидаги фарқлар кўрсатилади. Янги ёки мавжуд товарнинг рақобатчилар товарларидан фарқи аниқ кўрсатилиши лозим.

Агар корхона таклиф қилаётган товарнинг ўзига хос хусусиятлари бўлмаса, у бозордаги бошқа товарлардан ажралиб турмаса бу белгилаб кўйилиши ҳамда бизнес-режада харидорларни нима ҳисобига жалб қилиш мўлжалланаётганлиги кўрсатилиши лозим. Бу хислатлар ёки харидор учун кўшимча фойдалар бизнес-режанинг маркетингга бағишланган бўлимида батафсил кўрсатиб ўтилади.

## **7. Патент ҳуқуқлари**

Ушбу қисмда корхонанинг бозорга рақобатчилар кириб келишига тўсқинлик қилиши мумкин бўлган турли хил ихтироларга эгалик ҳуқуқи тавсифланади:

- фойдали моделлар;
- товар белгилари;
- товарнинг келиб чиқиш жойи номланиши.

Ушбу объектларга, «ноу-хау»га эгалик лицензиялари кўрсатилади.

## **8. Экспорт кўрсаткичларива унинг имкониятлари**

Маҳсулотнинг айрим турлари ташқи бозорга чиқариладиган бўлса, экспортни тавсифловчи асосий кўрсаткичлар: мамлакат, сотув ҳажми, валюта тушумини кўрстаиш лозим. бошқа товарлар бўйича ички бозорга мўлжалланган маҳсулотни чет эллик истеъмолчилар талабларига мослаштиришнинг мақсадга мувофиқилги ва имкониятлари кўрсатилади.

## **9. Маҳсулотни такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари**

Ушбу бўлимда истеъмолчилар сўровларини кўпроқ қондириш мақсадида маҳсулотни модернизациялашнинг асосий ғоялари, йўналишлари ва имкониятлари келтирилади. Мазкур бўлим юқорида қайд қилинган лойихада қандай тузилишини кўриб чиқамиз.

Хизмат кўрсатиш соҳаси иқтисодиётнинг энг тез ривожланаётган соҳалардан бири ҳисобланади. Жаҳон савдосида хизмат кўрсатиш салмоғи 25% атрофида бўлиб, экспертлар башоартига кўра 2005 йилда хизматлар савдоси ҳажми товар савдоси ҳамидан ортиши кутилмоқда.

**Мисол.** «Star» компьютер клуби аҳолига хизмат кўрсатиш соҳасида фаолият кўрсатади. Клуб қуйидаги хизмат тураларини кўрсатади:

- ❖ компьютерда ишлаш (Office)
- ❖ ўйинлар
- ❖ матнни чоп этириш
- ❖ сканердан фойдаланиш.

Хизмат мезонлари:

- ишончлилик (фирманинг ўз ваъдасини аниқ ва ўз вақтида бажариш хусуситини белгилайди)
- Доступность (мижознинг хизмат кўрсатиш учун узок вақт кутиб қолмаслигини тавсифлайди)
- хавфсизлик (мазкур хизмат миқоз учун хавф туғдирмаслигини баҳолайди)
- ишонч (хизмат кўрсатувчи фирма ёки шахсларга қанчалик ишониш мумкинлигини кўрсатади)
- миқозни тушуниш (фирманинг ўз миқозларини таниш ва уларнинг эҳтиёжларини тушунишга қаратилган ҳатти-ҳаракатларини баҳолайди).

Кўрсатилаётган хизмат сифатини оширишга хизмат кўрсатиш стандарти – миқозларга хизмат кўрсатишда бажариш мажбурий бўлган, амалга оширилувчи барча операцияларнинг белгиланган сифат даражасини қафолатлаши лоим бўлган чора-тадбирлар мажмуини ишлаб чиқиш ва унга сўзсиз амал қилиш йўли билан эришилади. Хизмат кўрсатиш стандарти қуйидаги мезонларга эга: миқозларга хизмат кўрсатиш вақти; шикоят ва эътирозлар билан ишлаш тизими; офисда реклама-ахборот воситаларининг мавудлиги; телефон орқали кутиш вақти; тўлов тартиби ва ҳоказолар.

#### 4.2.2. Маҳсулотни баҳолаш усуллари

**Товар** мураккаб тушунча бўлиб, бир қатор хусусиятлар йиғиндисини камраб олади. Улардан асосийси истеъмолчилик сифатлари, яъни товарнинг ўз эгаси эҳтиёжларини қондира олиши ҳисобланади. Товарнинг кўпчилик томонидан қабул қилинган таърифи - «сотиш учун ишлаб чиқарилган меҳнат маҳсули» тўғри бўлсада, товарни пулга айирбошлашдаги ролини эмас, ундан фойдаланиш имкониятларининг аҳамиятини кўрсатиш муҳим: **товар бу – маълум бир эҳтиёжни қондириш воситасидир**. Товарнинг бошқа яна бир таърифига кўра – бу буюмнинг фойдали хусусиятлари йиғиндисидир. Шу сабабли у истеъмолчилар эҳтиёжларини моддий қондириш учун зарур бўлган барча таркибий элементларни автоматик равишда камраб олади.

Товарнинг истеъмол қиймати товарнинг ўзи ва унга кўшимча хизматлар билан боғлиқ хусусиятлар йиғиндиси бўлиб хизмат қилади. Корхонанинг барқарор муваффақияти учун доимий мижозлар тўғрисида ғамхўрлик қилиш зарурлиги сабабли рақобатли бозорда товар нархи, ўрови, дизайни, эргономик хусусиятлари ва унга тегишли ҳужжатларга алоҳида эътибор қаратиш лозим. Шу билан бирга автомобиль, трактор ёки станок дизайнининг ажойиблиги уни бозорда муваффақиятсизликка учрашидан ҳимоя қила олмайди.

Товарларни тадқиқ этишнинг пировард мақсади бозордағни товарлар сифати ва техник-иқтисодий кўрсаткичларининг харидорлар сўров ва талабларига мос келиши, шунингдек уларнинг рақобатбардошлигини таҳлил қилиш ҳисобланади. товарларни тадқиқ этиш истеъмолчи нимага эга бўлмоқчилиги, у маҳсулотнинг қайси истеъмол кўрсаткичларини (дизайн, ишонччилик, нарх, эргономика, сервис, функционалик) кўпроқ қадрлаши ҳақидаги маълумотларни олишга имкон беради. Шу билан бирга реклама кампанияси учун энг омадли далилларни олиш, тўғри келувчи савдо воситачиларини танлаш ҳам мумкин. Тадқиқот объектлари – ўхшаш товарлар ва рақобатчи товарларнинг истеъмол хусусиятлари, истеъмолчиларнинг янги товарларга реакцияси, товар ассорименти, ўрови, сервис даражаси, истеъмолчиларнинг истиқболдаги талаблари ҳисобланади. Тадқиқот натижалари корхонага харидорлар талабларига мос равишда ўз товар ассортименти ишлаб чиқиш, уларнинг рақобатбардошлигини ошириш, товар ҳаётийлик даврининг босқичларидан келиб чиққан ҳолда фаолият йўналишларини танлаш, ғояни излаб топиш ва янги товарларни ишлаб чиқиш, товар маркаланишини такомиллаштириш, фирма стилини ишлаб чиқиш, патентларни ҳимоя қилиш усулларини аниқлашга имкон беради.

Корхона томонидан ишлаб чиқарилган товар ёки маҳсулотни тўғри кўрсата билиш ҳам муҳим аҳамият касб этади. Бу ерда товарнинг тахминий нархи ва уни ишлаб чиқариш учун зарур бўлган харажатлар миқдорини кўрсатиш тавсия қилинади. Уларга кўра ҳар бир товар бирлиги келтириши мумкин бўлган фойда ҳажмини аниқлаш мумкин.

Товарнинг асосий хислатларини, унинг дизайни ва ўровининг афзалликларини аниқ тавсифлаш катта аҳамиятга эга. Буларнинг барчаси ташқи ва ички бозорда сотиш учун мўлжалланган товарлар учун муҳим аҳамият касб этади.

Агар товар харидорлар талабларини қондира олмаса уни сотиш учун ҳеч қандай ҳатти-ҳаракатлар кўнгилдагидек тижорат натижаларини бермайди. Ишлаб чиқарилаётган товарнинг бозор талабларига мос келмаслиги ҳозирги кун шароитларида катта молиявий йўқотишларга олиб келиши мумкин. Товарнинг «сотилувчанлиги»ни баҳолашнинг энг самарали усули танланган бозорларда синов тариқасида сотиш ҳисобланади. Бу биринчи навбатда шахсий истеъмол товарларига тааллуқлидир. Бозор синовларини ташкил қилишнинг қийинлиги ва қимматлиги сабабли ишлаб чиқариш йўналишидаги товарларни синов тариқасида сотиш камдан-кам амалга оширилади.

Ишлаб чиқариш йўналишидаги товарлар, айниқса, машиналар, асбоб-ускуна ва қурилмаларни истеъмолчиларга бепул асосда синаш учун етказиб бериш тавсия қилинади. Бундай синов натижалари корхонага маҳсулот рақобатбардошлигини ошириш унинг техник даражаси ва сифатини энг юқори бозор талабларига етказишга имкон берувчи муҳим маълумотларни беради. Синов натижасида олинган маълумотлар товарни оммавий ишлаб чиқаришни бошлашдан аввал унга зарур ўзгартиришлар киритиш ва уни муайян бозорларга мослаштириш учун катта имконият беради. синов тариқасидаги сотувлар тўлиқ муваффақиятсизликка учраганда товар умуман ишлаб чиқаришдан олиб ташланади.

Бўлимда маҳсулот сервисини ташкил қилиш ҳам тавсифланиши лозим (агар маҳсулот техник маҳсулот бўлса). Эътиборни товарнинг камдан-кам учрайдиган хислатларига қаратиш тавсия этилмайди. Яхшиси бозорни максимал қондириш, ўзига хос истеъмол хусусияларига кўпроқ эътибор қаратган маъқул. Бу йўналишда биринчи қадам ўз товарини тўлиқ ва яхши билиш, унинг кутилаётган харидор учун келтириши мумкин бўлган фойдаларидан хабардор бўлиш ҳисобланади.

Ташқи бозор учун мўлжалланган товарларни танлашда ички бозорда сотув натижаларини баҳолаш катта фойда беради. Ташқи бозор учун мўлжалланувчи товарлар нарх, эстетика ва функциялар нуқтаи назаридан ўзига хос баҳолашни талаб қилишини ёддан чиқармаслик зарур.

Жавоб топиш лозим бўлган саволлар қуйидагилардан иборат:

**рақобатчилар маҳсулотларини баҳолаш бўйича:**

- рақобатчи маҳсулотларнинг функционал ва истеъмол хусусиятларини тавсифлаш;
- рақобатчиларда нарх ҳосил бўлиш тамойиллари;
- рақобатчилар томонидан қўлланувчи сотувни рағбатлантириш усуллари;

**тадқиқот ва лойиҳалар давомида:**

- режалаштирилаётган ИИТКИ ва уларнинг мақсадларини баён қилиш;
- рақобатдош фирмаларнинг технологик ҳолати;
- бўлғуси маҳсулот авлодинини ривожлантириш концепциясини баён қилиш.

Товарнинг кучли ва заиф томонларини жадвал кўринишда акс эттириш мумкин (7.1-жадвал).

Товарнинг кучли ва заиф томонлари

№	Товарнинг кучли ва заиф томонларини ўрганишда саволнинг қўйилиши	Кучли томон	Заиф томон
1	Сизнинг маҳсулот йўналтирилган бозор сегментини аниқлай оласизми?		
2	Мижозлар сўровларини ўрганиб чиққанмисиз?		
3	Сизнинг маҳсулот (хизмат) мижозлар учун қандай афзалликлар ҳада эта олади?		
4	Маҳсулотингизни мўлжалланган истеъмолчилар томон самарали етказиб бера оласизми?		
5	Сизнинг маҳсулот (хизмат) бошқа ишлаб чиқарувчилар маҳсулоти (хизмати) билан қуйидагилар бўйича		

	<p>рақобатлаша оладими:</p> <p>сифати, ишончлилиги, эксплуатация ва бошқа товар тавсифномлари бўйича;</p> <p>нарх;</p> <p>тўловни рағбатлантириш;</p> <p>тарқатиш жойлари;</p>		
6	Сизнинг маҳсулот (хизмат) ҳаётийлик дарининг қайси босқичида эканлигини тушунасизми?		
7	Янги маҳсулот турларига доир ғояларингиз борми?		
8	Турли-туманлик ва маънавий эскириш даражаси нуқтаи назаридан мувофиқлаштирилган маҳсулот (хизмат) ассортиментига эгамисиз?		
9	Мижозлар сўровларига асосан маҳсулот модификациясини мунтазам амалга оширасизми?		
10	Янги маҳсулот яратиш сиёсатини қўллаб турасизми?		
11	Сизнинг маҳсулот (хизмат) рақобатдошлар томонидан нусха кўчириб олиниши мумкинми?		
12	Ишлаб чиқариш ғояларингиз мос келувчи савдо ва фабрика маркалари, патенларга эгами?		
13	Харидорларнинг эътироз ва шикоятларини кузатиб борасизми?		
14	Харидорлар томонидан эътироз ва шикоятлар сони камайяптими?		

#### 4.2.3. Товарнинг ҳаётийлик даври

Маълумки, ҳар бир товар ўзининг ҳаётийлик даврига эга бўлиб, тўрт босқичдан иборат:

- ◆ товарнинг бозорга киритилиши;
- ◆ ўсиш;
- ◆ етуклик;

◆ қариш.

Турли хил товарларга нисбатан ҳаётийлик даври узоқ муддатли, оддий ва қисқа муддатли бўлиши мумкин. Тадбиркор учун у ишлаб чиқаришни мўлжаллаётган товарнинг ҳаётийлик даври ҳақида ишончли маълумотларни олиш муҳим аҳамият касб этади. Бунинг аҳамияти, айниқса, бозорда ўхшаш ёки худди шундай товарлар мавжуд бўлган ҳолларда ортади. Акс ҳолда тадбиркор ишлаб чиққан товарни бозорга киритиш ўрнини босувчи товарнинг қариш босқичига тўғри келиши мумкин. Бунда бозорга яна таклиф қилинган товар сотилмайди ва уни ишлаб чиқаришни дарҳол тўхтатишга тўғри келади.

Албатта, ҳаётийлик даврининг босқичини аниқлаш жуда қийин, чунки товарнинг ҳаётийлик даврини у тугаган тақдирдагина аниқ билиш мумкин бўлади. Шу сабабли ҳаётийлик даври тугагандан сўнг мазкур товар қайси пайт қайси босқичда бўлганлигини айтиб бера олсак, «ҳаёт» даврида барча ҳисоб-китоблар тахминий характерга эга бўлади.

Фирмалар товар ҳақиқатда ўсиш босқичида турган бир пайтда у етуклик босқичга кирди деб, унга эътиборни сусайтирган ҳамда қўшимча фойда олиш имкониятидан маҳрум бўлган ҳоллар кўп кузатилган. Кўпинча бунинг акси ҳам бўлиб туради. Товар ўсиш босқичида деб ҳисоблаган фирма уни ўзлаштиришга киришади. Текшириб кўрилганда эса, товарнинг етуклик босқичидан ўтганлиги маълум бўлиб, фирманинг омборларида сотилмай қолган маҳсулотлар тўпланиб қолади. Айнан шу сабабли «иккинчи тўлқин»даги ишлаб чиқарувчилар улар ишлаб чиқаришни мўлжаллаб турган товарнинг ҳаётийлик даври босқичини тўғри топа олишлари лозим бўлади. Бу янги товарларни ишлаб чиқиш стратегиясини тўғри танлашга имкон беради.

Шундай қилиб, янги товарларни ишлаб чиқишда ишлаб чиқиладиган товар ва бошқа фирмаларнинг ўхшаш товарларининг ҳаётийлик даври босқичларини солиштириш муҳим аҳамият касб этади. Муваффақиятли ривожланиш учун ҳар бир корхона ўсиш босқичидаги рақобатбардош товарларга эҳтиёж сезади.

Товар ўсиш босқичида бўлган ва тез сотилаётган пайтда фирма барча ҳатти-ҳаракатларини уни сотишга қаратади ва кўп ҳолларда келгуси авлод товарларини ишлаб чиқиш имкониятиг аэга бўлмайди. Бироқ, ўсиш сурати пасайишни бошлаган пайтда бу ҳақда ўйлаш кеч бўлади.

Фирма ишлаб чиқараётган товар етуклик босқичга яқинлашган пайтда бу товар қариш босқичига кириши билан янги товарлар кириб келиши учун келгуси авлод товарларини ишлаб чиқишга киришиш лозим.

Юқорида айтиб ўтилганларни ҳисобга олгач, ишлаб чиқиладиган товарларнинг ҳаётийлик даврини комплексли ўрганишнинг муҳимлиги тушунарли бўлади. Бундай ўрганиш бошқа фирмаларнинг ўхшаш товарлари билан биргаликда фирманинг ўз товарлари ҳаётийлик босқичини таҳлил қилишни талаб қилади.

Албатта, тақчиллик шароитларида кўплаб тадбиркорлар асосий эътиборни товарнинг ҳаётийлик даврини ўрганишга эмас, балки умуман бошқа, товарни ишлаб чиқариш ва бозорга етказиш билан боғлиқ муаммоларни ҳал қилишларига тўғри келмоқда. Бироқ товарнинг ҳаётийлик даврини таҳлил қилиш заруратига эътибор қаратмаслик ҳам кўп ҳолларда ишлаб чиқариш самарадорлигининг энг юқори бўлишига эришига имкон бермайди. Энг урфга кирган товарларни ишлаб чиқариш билан шуғулланувчи бир қатор тадбиркорларнинг эса товарнинг ҳаётийлик даври муаммоларига мурожаат этиши шубҳасиз. Бундан ташқари, бозорга мурожаат қилишга кўпинча янги товарни ишлаб чиқиш ёки чиқарилаётган товарнинг ҳаётийлик даврига ўзгартириш киритиш зарурати мажбур қилади. Бозор ҳақида, унда рўй бераётган жараёнлар ҳақидаги ахборотни маркетинг тадқиқотлари беради.

### **қисқача хулосалар**

Бизнес-режанинг «Корхона маҳсулотини тавсифлаш» бўлими корхона маҳсулоти, иш ва хизматларини тавсифлаши мўлжалланган бўлиб, уларнинг ўзига хос хусусиятларини ҳам қамраб олади.

Корхона маҳсулоларини тавсифловчи кўрсаткичлар қаторига маҳсулотнинг функционал кўрсаткичлари в а тавсифномаси, ўзига хос ва оригинал жиҳатлари, маҳсулотнинг ҳаётийлик даври сифат кўрсаткичлари, шунингдек, корхонанинг маҳсулотни муваффақиятли чиқариш ва тарқатишини таъминлаш имкониятларини киритиш мумкин.

### **Мавзу бўйича таянч иборалар**

сифат даражаси, хусусиятлар йиғиндиси, ўзига хос беаги, марка номи ва ўзига хос ўрови, комплекти тавсифнома, тавсиф, товарнинг ҳаётийлик цикли, товар қондирувчи эҳтиёжлар, сифат кўрсаткичлари, иқтисодий кўрсаткичлар, товарнинг ташқи безалиши, янги товарни тавсифлаш, бошқа товарлар билан сотиштириш, патент ҳуқуқлари, экспорт кўрсаткичлари ва унинг имкониятлари, маҳсулотни такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари, товар маҳсулот сервисини ташкил қилиш, ички бозор, ташқи бозор, рақобатчилар маҳсулотларини баҳолаш, тадқиқот ва лойиҳалар, товарнинг кучли ва заиф томонлари, товарнинг бозорга киритилиши, ўсиш, етуклик, қариш.

### **Муҳокама ва назорат саволлари**

1. Маҳсулот(хизмат)нинг тавсифланиши ва унинг вазифалари.
2. Бизнес объектининг реал баҳоси, асосий тавсифномаси.
3. Миқдорий таҳлил (нархнинг пастлиги ҳисобига олинувчи морливий ютуқ, эксплуатация харажатларининг паасайиши ва ҳоказо).
4. Номоддий фойдалар (дизайннинг яхшиланиши, соғлиқ учун хавфсизлик).

5. Маҳсулотнинг ўзига хослиги – сизнинг нуктаи назарингизда ва бозор нуктаи назаридан.
6. Маҳсулот ҳаёт даврига таъсир этувчи омилларни таърифланг.
7. Асосий истеъмолчилар. Айнан сизнинг маҳсулотингизни танлаш сабаблари.
8. Сизнинг маҳсулотингизга бўлган талабни башорат қилиш.

### **Тавсия этиладиган адабиётлар**

1. Абдуллаев А., Айбешев Х. Бизнес режа. Ўқув қўлланма. Т.: «Молия», 2002. - 72бет.
2. Махмудов Э.Х., Исаков М.Ю. Бизнес планирование. (Учебное пособие). – Т.: Издательство Литературного фонда Союза писателей Узбекистана, 2004.
3. Новая конкуренция. Институт промышленного развития. Бест М.- М.: ТЕИС, 2002.- 356 с.
4. Конкурентные стратегии транснациональных компаний в 90-е гг. XX начала XXI в. Лучко Ш.Л.- М.: Эконом. Факульт., 2004.- 256 с.
5. Регион на перекрестке Востока и Запада: глобализация и конкурентоспособность. Под. Науч. Ред. Н.Я. Калюжной, К.Л. Лидина, Н.Я. Якобсона.- М.: ТЕИС, 2003.- 359с.
6. Цену и ценообразование. И.К. Салимжанов, О.В. Португалова, В.Е.Новиков и др.- М.: ТК Велби, Изд. Проспект, 2004.- 360с.
7. Финансовый менеджмент. Колб Р.В., Родригес Р. Дж. Пер. 2-го англ. издания. Предисл. к русск. изд. к.э.н. Драчевой Е.Л.- М: изд. “Финпресс”, 2001.- 496с.
8. Любанова Т.П., Мясоедова Л.В., Грамотенко Т.А., Олейникова Ю.А. Бизнес – план. Учебно-практическое пособие. – М.: «Издательство ПРИОР»,2000.

## 5-мавзу. КОРХОНАНИНГ МАРКЕТИНГ РЕЖАСИ

### Режа

#### 5.1. Маркетинг моҳияти ва функциялари

#### 5.2. Бозорни баҳолаш ва истеъмолчилик талабини ўрганиш

#### 5.3. Маҳсулотни бозорга чиқариш стратегияси

#### 5.4. Маркетинг режаси ва дастури

##### 5.1. Маркетинг моҳияти ва функциялари

**Замонавий маркетинг** бу корxonанинг юқори фойда олиш мақсадида харидорларнинг реал сўровлари ва бозорни комплекс ўрганиш асосида хизмат кўрсатиш, товар ишлаб чиқариш ва сотиш фаолиятини ташкил этиш тизимидир. Айтиш мумкинки, бизнес-режанинг барча юўлимларини шакллантириш маркетингнинг улкан салоҳиятидан тўлиқ ва кенг миқёсда фойдаланган ҳолда маркетинг тадқиқотларини амалга оширишга асосланади.

Маркетингда асосийси икки ёқлама ва бир-бирини тўлдирувчи ёндашувдир. Бир томондан корxonанинг бутун фаолияти, айниқса, унинг маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотиш дастурини яратиш, фан-техника тадқиқотлари, капитал қайилмалар ва бошқалар бозор ва ундаги ўзгаришларни чуқур билишга асосланса, иккинчи томондан бозорга ва мавжуд талабга фаол таъсир кўрсатиш, яъни эҳтиёжлар ва истеъмолчилик афзалликларини шакллантириш туради. Бундан маркетингнинг асосий тамойили ишлаб чиқаришнинг якуний натижалари истеъмолчилар талаб ва таклифларига йўналтирилиши келиб чиқади.

Ушбу комплекс вазифани бажариш учун маркетинг таҳлилий, ишлаб чиқариш ва сотув функцияларини бажариши лозим. **Таҳлилий функция** асосан истеъмолчилар ва рақобатдошларни, шунингдек, товар ҳаркатланиши ва сотув характери, нарх ҳосил бўлиш тизими ва рекламани ўрганишга бориб тақалади. Шу билан бирга корxonанинг чики муҳити, унинг ишлаб чиқариш имкониятлари, рақобатбардошлиги ва ҳоказолар ҳам таҳлил қилинади.

**Ишлаб чиқариш функцияси** доирасида қуйидаги функциялар бажарилади:

- ◆ янги товарлар ишлаб чиқаришни ташкил этиш;
- ◆ янада мукамал технологияларни ишлаб чиқиш ва жорий қилиш;
- ◆ ишлаб чиқаришни моддий-техника ресурслари билан таъминлаш;
- ◆ маҳсулот сифати ва унинг рақобатбардошлигини баҳолаш.

**Сотув функциясига** қуйидагилар киради:

- ◆ товарни ҳаракатлантириш тизимини ташкил этиш;
- ◆ сервисни ташкил қилиш;
- ◆ талабни шакллантириш ва сотувни рағбатлантириш тизимини ташкил этиш;
- ◆ мақсадли йўналтирилган товар сиёсатини амалга ошириш;
- ◆ нарх сиёсатини юрғазиш.

Маркетингда **бошқарув ва назорат функцияси** ҳам катта аҳамиятга эга бўлиб, у қуйидагиларни назарда тутди:

- ◆ корхонада стратегик ва оператив режалаштиришни амалга ошириш;
- ◆ жамоани бошқаришнинг ахборот таъминоти;
- ◆ корхонада коммуникация тизимини ташкил қилиш;
- ◆ маркетинг назоратини ташкил қилиш (тесқари алоқа, вазият таҳлили).

Маркетингнинг бу ва бошқа функциялари унинг асосий вазифаси – тадбиркорлик муҳити динамиқасини кузатиш, яъни атроф-муҳитнинг режалаштириш характери ва тенденциялари бизнесни юритишга ижобий таъсир кўрсатиши ёки унинг олдига тўсиқлар қўйишини кузатишни таъминлаши лозим. Тадбиркорлик муҳитини таҳлил қилиш ва баҳолашда аввало қуйидаги омиллар ҳисобга олиниши лозим:

1) *иқтисодий реаллик* – ички миллий маҳсулот, дисперсион ёндашув, яъни айна пайтда эришилган турмуш даражаси;

2) *ижтимоий омиллар* – аҳоли таркиби, қадриятлар, рақобат, тенденциялар;

3) *техник ривожланиш даражаси* – техник тараққиёт, бозорнинг техник тараққиётни сезувчанлиги;

4) *ҳуқуқий-норматив муҳит* – қонунчилик, норматив ҳужжатлар.

Агар тадбиркорлик муҳити корхонага танланган бизнес соҳасида муваффақиятли фаолият кўрсатишга имкон берса, маркетинг хизматининг фаолияти у ишлаши лозим бўлган товар бозорига қаратилиши лозим. Бунда корхонанинг бозорга чиқишида уч вариант мавжуд: қўшилиш, илгари мавжуд бўлганни сақлаб қолиш ва камайиш.

У ёки бу йўналишни танлаш кўплаб масалаларни бажаришга, биринчи навбатда корхонанинг юқори сифатли рақобатбардош маҳсулот чиқариш имкониятларига боғлиқ бўлади. Бироқ бунгача бошқа масалани ҳал қилиб олиш керак: корхона у чиқараётган ёки мўлжаллаётган маҳсулотга талаб қандай вужудга келиши, унинг нарх ўзгариши қанчалик мослашуви ва бу мослашувчанликнинг якуний натижа фойда(даромад)га қанчалик таъсир кўрсатишини билиши лозим.

Умуман олганда бизнес стратегиясида маркетингнинг моҳияти тўртта «P» – маҳсулот (product), ҳаракатлантириш (promotion), жой (place) ва нархни (price) бажаришга бориб тақалади ва ҳозирги кунда иқтисодий назарияда «маркетинг формуласи» деб номланади. Ушбу формуланинг моҳияти шундаки, маҳсулот (товар) таклифи, нарх белгиланиши, жой танланиши ва сотувни рағбатлантириш маркетингнинг моҳиятини акс эттирувчи ягона жараён сифтида кўриб чиқилади.

## **5.2. Бозорни баҳолаш ва истеъмолчилик талабини ўрганиш**

Маркетинг тадқиқотлари маркетинг фаолиятининг барча жабҳалари бўйича қарор қабул қилиш билан боғлиқ. Бозорни баҳолаш ва истеъмолчилик талабини ўрганиш бўйича маркетинг тадқиқотларининг асосий йўналишларини тавсифлаймиз.

**Бозорни ва сотувни тадқиқ қилиш.** У корхонанинг келгуси фаолиятини белгилаш учун бозор шароитлари тўғрисида маълумотлар олиш мақсадида амалга оширилади. Бозорни ва сотувни тадқиқ қилишнинг асосий йўналишлариқуйидагиларни қамоаб олади:

- бозор сифimini баҳолаш;
- бозорни сегментлаш;
- бозор ўзгаришлари ва ривожланиш тенденциялари таҳлили, хусусан, иқтисодий, фан-техника, демографик, экологик, қонунчилик ва бошқа омилларни таҳлил қилиш;
- бозорнинг фирма структурасини ўрганиш;
- сотув ҳажмини башоарт қилиш.

Бозор сифimini аниқлаш бозор тадқиқотларининг асосий вазифаси ҳисобланади. товар бозори сифим деганда товарни сотиш даражаси ва нарх нисбатлари тушунилади. У аҳли талаби ҳажми ва товар таклифи миқдори билан тавсифланади. Бозор сифими тадқиқотлари кутилаётган сотув ҳажмини башорат қилишга имкон беради.

**Бозор сифимининг** икки хил даражаси мавжуд: потенциал ва реал (ҳақиқий). Бозорнинг ҳақиқий сифими биринчи босқич саналади. Потенциал даража шахсий ва жамият эҳтиёжлари билан белгиланади ҳамда уларга мос келувчи товар сотувини акс эттиради. Реал бозор сифими потенциал бозор сифимига мос келмаслиги ҳам мумкин.

Бозор сифimini баҳолаш натурал ва қиймат ўлчамида ўлчаниб, қуйидаги формулага асосан топилади:

$$\text{БС} = \text{ММ} + \text{ИХ} - \text{ЭХ},$$

бу реда

БС – бозор сифими;

ММ – миллий маҳсулот ишлаб чиқариш;

ИХ – импорт ҳажми;

ЭХ - экспорта ҳажми.

Бозорнинг импорт сифими қуйидагича аниқланади

$$\text{БИС} = \text{БС} - \text{ММ} = \text{НЭ},$$

бу ерда

БИС - бозорнинг импорт сифими;

МЭ - миллий экспорт, аниқланиши  $\text{МЭ} = \text{ЭХ} - \text{РЭ}$ ;

РЭ – реэкспорт ҳажми.

Нисбий бозор улуши корхонанинг бозордаги улуши ва рақобатчилар улушининг нисбати сифатида аниқланади:

$$\text{НБУ} = \text{ЎБУ} / \text{РБУ}$$

бу ерда

ЎБУ – ўз бозор улуши;

РБУ – рақобатчилар бозор улуши.

**Бозорни сегментлаш** бир томондан корхонанинг маркетинг фаолияти йўналтирилган бозор қисми ва объектларини аниқлаш, маркетинг элементларининг тўғри йиғиндисини ифодалайди. Бошқача қилиб айтганда бозорни сегментлаш бу кўрсаткичлари ва у ки бу фаолият турига реакцияси бўйича бир-биридан фарқ қилувчи сегментларга ажратишдир.

Сегментлаш объекти биринчи навбатда истеъмолчилардир. Алоҳида ажратиб кўрсатилар экан, умумий хислатларга эга бўлган ҳолда улар бозор сегментини ташкил этади. сегментлар сони кўп бўлганда луарнинг ҳар бири

талабларига мослашиш жуда қимматга тушиши мумкин. Шу сабабли шахсий фойдаланиш товарларига нисбатан йирик сегментларни белгилаш лозим.

Сегментлашда товар ўз харидорини топиши лозим. Бозорнинг фирма структурасини тадқиқ этиш бунга энг кам харажатлар билан эриши имкониятини беради. Бунда бозор конъюнктурасини билиш ҳам муҳим бўлиб, у мазкур товар турига талаб ва таклиф нисбати ҳамда нарх даражаси ва нисбати билан тавсифланади. Бозор конъюнктурасини ўрганишдан асосий мақсад саноат ва савдо фаолияти бозор ҳолатига қанчалик таъсир кўрсатиши, унинг келажақдаги ривожланиши ҳамда аҳолининг товарларга бўлган талабларини тўлароқ қондириш учун нималар қилиш кераклигини аниқлаш ҳисобланади.

**Истеъмолчиларни тадқиқ қилиш** истеъмолчиларни товарни танлашга ундовчи омиллар мажмуини (даромад, ижтимоий ҳолат, ёш структураси, маълумоти ва ҳоказо) аниқлаш ва ўрганишга имкон беради. Якка тартибда истеъмолчилар, оилалар, уй хўжаликлари ҳамда истеъмолчи ташкилотлар бу ерда объект вазифасини бажаради. Тадқиқот предмети истеъмолчиларнинг бозордаги хулқ-атвори ва уни белгилаб берувчи омиллар ҳисобланади. Истеъмол структураси, товарлар билан таъминланганлик, истеъмол талаби тенденциялари ўрганилади.

Маркетинг учун товарни харид қилиш психологияси ва эҳтиёжларни ушбу товар билан қондириш механизминини аниқлаш катта аҳамиятга эга. Фақат шундагина маҳсулот кўп сотилишига умид қилиш мумкин. таклиф этилувчи маҳсулот аввало, истеъмолчи учун фойдали бўлиши, ундан кейингина ишлаб чиқарувчининг ўзига ёқиши лозим.

Рақобатчиларни ўрганишдан асосий мақсад бозорда рақобатли афзалликка эга бўлиш, кутилажак рақиблар билан ҳамкорлик қилиш учун зарур маълумотларни олишдан иборат. Шу мақсадда рақобатчиларнинг кучли ва заиф томонлари таҳлил қилиниб, уларнинг бозордаги улуши, истеъмолчиларнинг рақобатчилар маркетинг воситаларига (товарни такомиллаштириш, товар маркалари, реклама компаниялари, сервисни ривожлантириш) реакцияси ўрганилади. Рақобатчиларнинг моддий, молиявий ва меҳнат салоҳияти, меҳнат фаолиятини бошқаришни ташкил қилиши ўрганилади. Бундай тадқиқотлар натижасида бозорда рақобатчиларга нисбатан қулай ҳолатга эришиш учун имконият ва йўл танлаш, таклиф этилаётган товарларнинг нарх ва сифат бўйича устунлигини таъминлаш стратегиясини аниқлаш мумкин бўлади.

**Нарх тадқиқотлари** нархнинг энг кам харажатлар билан энг кўп фойда олиш имкониятини берувчи даражаси ва унга мослигини аниқлашга қаратилади. Нарх сиёсатининг моҳияти фирма товарларига шундай нарх ўрнатиш ва бозордаги ҳолатдан келиб чиққан ҳолда алмаштиришдан иборатки, бунда белгиланган бозор улушига эга бўлиш, белгиланган фойда ҳажмини таъминлаш ҳамда бошқа стратегик ва оператив вазифаларни бажариш таъминланиши лозим. Айниқса ташқи бозор учун нарх белгилашда эҳтиёт бўлиш керак.

Нарх сиёсатини ишлаб чиқишда қуйидагиларни белгилашга таяниш лозим:

- ◆ фирма фаолият кўрсатувчи ҳар бир бозорда рақобат кураши воситалари ичида нарх қандай ўринга эга;
- ◆ фирма нарх бўйича етакчиликни ўз қўлида сақлаб қола оладими ёки бошқа етакчи ортидан борадими, «нарх уруши»га дош бера оладими;
- ◆ янги товарларга нисбатан нарх сиёсати қандай бўлиши лозим.

Корхонанинг нарх сиёсати товарлар нархини бозорлар ва уларнинг товар ҳаётийлик даврига мос равишда ўзгариши, рақобатчиларнинг ҳатти-ҳаракатларидан келиб чиққан ҳолда белгилайди. Маркетинг амалиётида одатда нарх сиёсатининг **беш тури** қўлланади:

- ◆ «нарх бўйича етакчи» — бозорда катта улушга эга ва йирик монополист фирмалар учун характерли.
- ◆ «етакчи ортидан бориш» — йирик фирмалар сиёсатини қабул қилувчи кичик фирмалар учун сиёсати.
- ◆ «ҳужум қилиш» — маҳсулот таннархини кескин камайтириш ёки янги технологияларни жорий қилиш ҳисобига бозорда етакчи ўринларни эгаллаш мақсадида амалга оширилувчи сиёсат.
- ◆ «қаймоғини олиш» — бозорга янги товар киритишда фойдаланилувчи сиёсат.
- ◆ «жорий қилиш» — техник жиҳатдан ҳеч қандай янгиликка эга бўлмаган товарни киритиш сиёсати, товарни дастлаб жуда паст нархда сотиш ва аста-секинлик билан нархни кўтариб бориш йўли билан амалга оширилади. Нарх сиёсатида чегирмалар муҳим роль ўйнайди.

### **5.3. Маҳсулотни бозорга чиқариш стратегияси**

**Товар ҳаракатланиши ва сотувни тадқиқ қилиш** товарни истеъмолчига тез етказиб бериш ва сотишнинг энг самарали ва оқилона йўллари, усуллари ва воситаларини аниқлашга имкон беради. Савдо каналлари, воситачилар, сотувчилар, сотув шакл ва усуллари, муомала харажатлари (савдо харажатларини олинадиган фойда билан солиштириш) тадқиқот объектлари ҳисобланади. Шунингдек, чакана ва улгуржи савдода

турли хил корхоналар фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари таҳлил қилиниб, уларнинг кучли ва заиф томонлари, товар ишлаб чиқарувчилар билан вужудга келган муносабатлар характери аниқланади. Бундай маълумотлар корхона товар айланмасини ошириш, товар захираларини оптималлаштириш, самарали товар ҳаракатланиши каналларини танлаш мезонларини ишлаб чиқиш, товарни пировард харидорларга сотиш усулларини ишлаб чиқиш, муомала харажатларини камайтиришга имкон беради.

**Реклама ва сотувни рағбатлантиришни тадқиқ қилиш** қачон, қаерда ва қандай воситалар ёрдамида товарлар сотувини рағбатлантириш, товар ишлаб чиқарувчининг бозордаги нуфузини ошириш, реклама тадбирларини муваффақиятли ўтказишни аниқлашга имкон беради. Объектлар: бозорда таъминотчилар, воситачилар ва харидорлар хулқ-атвори; реклама самарадорлиги; харидорлар билан мулоқотлар. Олинган натижалар «паблик рилейшнз» сиёсатини ишлаб чиқиш; корхона ва унинг товарларига илиқ муносабат уйғотиш; корхона имиджини яратиш; аҳоли талабларини шакллантириш ҳамда таъминотчи ва воситачиларга таъсир кўрсатиш усулларини аниқлаш; коммуникация алоқалари, жумладан, рекламанинг самарадорлигини оширишга имкон беради.

Ҳар қандай товарга талаб иккита компонентнинг: кутилаётган харидорнинг тўлов лаёқатига эгаллиги ва унинг ўз муаммоларини таклиф этилаётган товар билан ҳал қилиш, яъни ўз эҳтиёжини қондириш истаги мавжудлиги натижасидир. Бозорда бир вақтда бир нечта рақобатдош товарлар мавжудлиги сабабли ҳар бир корхона ва фирма харидорнинг товар танлашда ўзига эътибор қаратишига таъсир кўрсатишга интилади. Бундай таъсир воситаси реклама, товарнинг истеъмол хусусиятларини тарғиб қилиш ҳисобланади. бундан ташқари, ҳозирги пайтда сотувни рабатлантириш ва рекламада маҳсулот тақсимоли ва уни истеъмолчиларга етказиб бериш каналларига катта роль ажратилмоқда.

Чет элда амалиётда товарларни ишлаб чиқарувичдан истеъмолчи томон характлантиришнинг икки усули ишлаб чиқилган бўлиб, биринчи усул **силжитиш стратегияси** номи билан машхур. Бу ҳолда корхона дилерларни харид қилинган ҳар ўнта товар учун битта товарни бепул бериш йўли билан рағбатлантиради. Иккинчи усул интенсив реклама кампаниясини ўтказиш



йўли билан **харидорларни жалб қилиш стратегиясидир**. Унинг мақсади харидорларни таклиф этилаётган товар ёки хизмат тавсифномалари билан таништиришдан ташқари, уларда реклама қилинаётган товар ёки хизматни харид қилиш истагини уйғотиш ҳисобланади. Сотувни рағбатлантириш воситалари тўпламини юқоридаги расм ёрдамида акс эттириш мумкин.

Товарни бозор томон харакатлантиришни рағбатлантириш сўнгги пайтда ФОССТИС тизими (талабни шакллантириш ва сотувни рағбатлантириш хизмати) ёрдамида амалга оширилиб, унда товарни ишлаб чиқариш, уни харакатлантириш ва реклама қилиш жамият эҳтиёжлари билан боғланаши. бу тизим тахминан қуйидаги структурага эга бўлади (8.1-жадвал).

**1-жадвал**

**Талабни шакллантириш ва сотувни рағбатлантириш**

№		Иш тавсифномаси	Иш ҳолати башорати,
---	--	-----------------	---------------------

	Объектни тадқиқ қилишда масаланинг қўйилиши ёки уни таҳлил қилиш усули	ва амалдаги ҳолати	унинг кўрсаткичлари билан уни яхшилаш учун ҳатти-ҳаракатларни баҳолаш
1	2	3	4
1	ФОССТИС дастури борми?		
2	Уни амалга ошириш натижалари қандай?		
3	ФОССТИС қайси усуллари фойдаланилади?		
4	Ҳар бир усулнинг самарадорлиги қандай?		
5	Сотувни рағбатлантириш учун пулини бўлиб-бўлиб тўлаш ва бошқа кредит усулларида фойдаланасизми?		
6	Потенциал харидорларга кредит усуллари маълумми? Агар йўқ бўлса бунинг учун нима қилиш керак?		
7	Товар намунасини текшириб кўришга берасизми?		
8	ФОССТИС ахборот тарқатиш усулларида қайсиларидан фойдаланасиз: «директ мейл» (почта), ОАВ, коммивояжерлар, радио, телевидение, виставка ва ярмаркалар, симпозиумлар, намоишлар		
9	Юқорида санаб ўтилган 8 каналдан қайсилари ва қайси мезон бўйича самаралироқ?		
10	Савдо персоналини ундашнинг қайси усуллари қўллайсиз?		

11	Савдода мукофотлардан фойдаланасизми?		
12	Савдо тармоғи фирманинг белгиланган мақсадларига жавоб берадими?		
13	Ходимлар бозор ва товарлар бўйича ихтисослашганми?		
14	Кутилаётган сотув ҳажми қандай аниқланади?		
15	Савдо ходимларининг иш натижалари қандай баҳоланади?		
16	Реклама олдида қандай мақсадлар қўйилади?		
17	Унга қанча маблағ ажратилади?		
18	Харидорлар реклама матнлари сифатини қандай баҳолайдилар?		
19	Реклама тақсимооти каналларини танлашда қайси мезонлардан фойдаланасиз?		

1	2	3	4
20	Реклама фаоллиги ҳамда сотув ва фойда даражаси ўртасида алоқа борми?		
21	Сизнинг рекламанингизда фирма стили мавжудми?		
22	Товар белгингиз рақобатчилар ўртасида танилиб турадими?		
23	Товар ўрови сотув ҳажмини ошириш, эътиборни жалб қилишга қанчалик хизмат қилади?		
24	Товар ўрови уни шикастланишдан сақлайдими?		
25	Товар ўрови сотувчининг ишини енгиллаштирадими?		
26	Харидор товарни харид қилгандан сўнг товар ўровидан фойдаланиш мумкинми?		
27	Корхона товари дўконда ёки кўчада бошқа тоўварлар орасида осон таниладими?		
28	Товарнинг шубҳасиз танилиши учун нималар қилиш керак?		
29	Товарни қадоқлаш (партияларга ажратиш) мазкур бозор талабларига мос келадими?		

**илова.** ФОССТИС — талабни шакллантириш ва сотувни рағбатлантириш хизмати.

**Мисол. «Star» компьютер клуби мисолида сотув бозори таҳлили ва маркетинг стратегияси**

Маркетинг тадқиқотлари натижасида кўрсатиладиган хизматларнинг потенциал харидорлари аниқланди:

талаба ва ўқувчилар – доимий миждозлар сифатида;

фуқароларнинг бошқа тоифалари – вақти-вақти билан фойдаланиб турувчилар сифатида.

Компьютер хизматлари кўрсатиши соҳасидаги асосий рақобатчилар “Байт”, “Арена”, “Cyber”, “Gamer” компьютер клублари ҳисобланади.

2-жадвалда рақобатчилар хизматларини ассортименти ва нархи бўйича таққослашга имкон берувчи маълумотлар келтирилган.

2-жадвал.

Компьютер хизматлари тарифлари (01.11.2012.га), сўм.

<b>Хизматлар тури</b>	<b>“Star”</b>	<b>“Cyber”</b>	<b>“Байт”</b>	<b>“Арена”</b>	<b>“Gamer”</b>
Компьютерда ё соат ишлаш	650	750	800	600	700
1 варақ чоп этиш.	120	-	150	-	-
1 варақ сканер қил.	80	-	100	-	-

Компьютер хизматлари кўрсатиши соҳаси жуда ривожланганлигини ҳисобга олиб, хизматларни бозор томон ҳаракталантиришида асосий эътиборни сотувчи ва харидор ўртасидаги ўзаро муносабатларга, хизмат кўрсатувчи ходимнинг малакаси ва чуқур билимга эғалигига қаратиши лозим.

Хизматларни бозор томон ҳаракталантириши бозорда талабни шаклантиришининг усулларидан фойдаланади. Улар қаторига ОАВ рекламасини киритиши мумкин.

Истеъмолчилар доираси қатъий белгиланган бўлиб, бу аввало талаба ва ўқувчилардир. Шу сабабли реклама кампаниясини уларга йўналтирган ҳолда ўтказиши лозим. Телевидение орқали реклама тўғри келмайди, чунки унинг аудиторияси тор бўлиб, нархи жуда катта бўлади. Радио ва маҳаллий матбуот воситалари орқали реклама ҳам кутилажак натижага бермайди.

Сотувни рағбатлантириши ва янги миждозларни жалб қилиши мақсадида “Star” компьютер клубида компьютер ўйинлари бўйича чемпионатлар

ўтказиш, шунингдек, компьютерда 3 соатдан ортиқ ишлаганлар учун 20% чегирма бериш режаслаштирилган.

Маҳсулотни (хизматни) сотишга микро ва макромўҳит омиллари ҳам таъсир кўрсатади.

Уларнинг таҳлил 3-4-жадвалларда келтирилган.

3-жадвал.

### **Сотувга таъсир кўрсатувчи микромўҳит омиллари**

<b><u>Ижобий омиллар</u></b>	<b><u>Салбий омиллар</u></b>
1. Клуб ишининг тўхтовсизлиги	1. Клуб ишидаги тўхтаб қолишлар
2. Янги миждозларнинг жалб қилиниши	2. Миждозлар билан алоқанинг йўқотилиши
3. Миждозлар кўрсатиладиган хизматлар сифатидан мамнун	3. Миждозларнинг кўрсатиладиган хизматлар сифатидан қониқмаслиги
4. Мулоқот доирасининг ижобий муносабати	4. Мулоқот доирасининг салбий муносабати

Юқорида санаб ўтилган омилларнинг салбий таъсирини қуйидаги йўллар билан камайтириш мумкин:

1. Янги миждозлар билан алоқа ўрнатиш.
2. Мунтазам равишда янги алоқалар излаш, бироқ бунда эски, синовдан ўтган алоқаларнинг ишончли эканлигини унутмаслик лозим.
3. Хизматлар сифатини доимимй назорат қилиш.
4. Вазиятга қараб иш тутиш.

**Сотувга таъсир кўрсатувчи макромухит омиллари**

<u><b>Ижобий омиллар</b></u>	<u><b>Салбий омиллар</b></u>
1. Ишлаб чиқарувчилар учун имтиёзлар берувчи қонунлар қабул қилиниши	1. Ишлаб чиқарувчилар ҳуқуқини камситувчи қонунлар қабул қилиниши
2. Инфляциянинг сўниши	2. Инфляциянинг ўсиши
3. Арзон энергия	3. қиммат энергия (эл., иссиқлик)
4. Умумий харид қобилиятининг ўсиши	4. Умумий харид қобилиятининг пасайиши

Юқоридагиларни таҳлил қилиб, клубнинг самарали фаолият кўрсатиши учун кўрсатиладиган хизматлар ассортиментини ошириш ва сифатини яхшилаш, янги миждозларни жалб қилиш зарур деган хулосага келиш мумкин.

**5.4. Маркетинг режаси ва дастури**

**Маркетинг дастурлари** маркетинг режасининг асоси ҳисобланади. Улар корхонанинг ҳар бир хўжалик бўлинмасида ҳар бир маҳсулот бўйича ишлаб чиқаришни режалаштиришга асос қилиб олинади.

**Маркетинг режаси** бу энг асосий ҳужжат бўлиб, ким, қачон, қаерда, нима ва қандай қилиши лозимлигини белгилаб беради. Маркетинг дастурлари доирасида қуйидаги йўналишлар оптимал бирикиши лозим:

- ◆ сифат жиҳатидан янги техник-иқтисодий тавсифномага эга, принципиал жиҳатдан янги маҳсулот турларини ишлаб чиқиш;
- ◆ муайян харидорларнинг сўров ва талабларига нисбатан янги маҳсулот турларини модификациялаш;
- ◆ фирманинг ўз фан-техника ишланмалари асосида чиқарилаётган маҳсулотни такомиллаштириш;
- ◆ сотиб олинган патент ва лицензияларни қўллаш асосида янги маҳсулот турларини яратиш.

Маркетинг режаси корхона фаолиятининг йўналишини белгилаб бериб, унга истеъмолчиларни ўрганиш, маҳсулотни режалаштириш,

ҳаракатлантириш ва сотиш, шунингдек, нархни режалаштириш жараёнларини яхши тушунишга имкон беради. У корхонани рақобатчилар нуқтаи назаридан ўзининг кучли ва заиф томонларини, атроф муҳитдан кутилажак хавф-хатарни баҳолаш, мос келувчи ҳатти-ҳаракатларни амалга оширишга мажбур қилади.

Маркетинг дастурларига бошқа вазифа кутилаётган фойда ҳажмини олишга йўналтирилган ишлаб чиқариш, режалаштирилган маҳсулотни чиқаришнинг оптимал структурасини аниқлаш имкониятини бериш ҳам юклатилади. Маркетинг дастурининг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат:

- ◆ жорий ва истиқболдаги давр учун чиқариладиган (янги ёки такомиллаштирилган) маҳсулот ҳажмини натурал ва қиймат шаклида аниқлаш;
- ◆ маҳсулот эҳтиёжи ва талабларини ҳисобга олган ҳолда якуний истеъмолчи ёки мақсадли бозорни танлаш;
- ◆ ҳар бир маҳсулот бўйича ишлаб чиқариш харажатлари, нарх ва фойдани солиштириш.

Маркетингни режалаштиришга батафсил тўхталиб ўтамиз. Маркетинг режаси қуйидаги бўлимлардан иборат бўлади:

- а) назорат кўрсаткичлари маълумотлари;
- б) жорий маркетинг вазиятини баён қилиш;
- в) хавф-хатар ва имкониятлар рўйхати;
- г) муаммо ва вазифалар таҳлили;
- д) маркетинг стратегияси;
- е) ҳатти-ҳаракатлар дастури;
- ж) бюджетлар;
- з) назорат тартиби.

Аввало корхона ушбу молия йилида эришиш лозим бўлган асосий кўрсаткичлар ҳақида қисқача маълумот тўпланиши лозим. Бу режанинг йўналишини белгилаб беради. Корхонанинг жорий ҳолати аниқланади ва мақсадли бозор тавсифлаб берилади. Товар олдида пайдо бўлиши мумкин бўлган хавф-хатар ва имкониятлар баҳоланади. Хавф-хатарлар бу ноқулай тенденциялар ёки муайян ҳодиса натижасида юз берувчи ҳолат қийинчилик бўлиб, товарнинг ҳалок бўлишига ҳам олиб келиши мумкин. Маркетинг имкониятлари бу – маркетинг ҳатти-ҳаракатларининг жалб қилувчи йўналиши бўлиб, улар ёрдамида корхона рақобатда устунликка эга бўлиши

мумкин.

Маркетинг стратегияси - рационал қурилма бўлиб, унга амал қилган ҳолда корхона ўзининг маркетинг вазифаларини бажаради. У мақсадли бозорлар, маркетинг мажмуи ва харажатлари бўйича муайян стратегияларни қамраб олади. Мақсадли бозорларни, яъни корхона асосий эътибор қаратиши лозим бўлган бозорларни аниқлаш муҳим аҳамият касб этади. Менеджер янги товар, реклама, сотувни рағбатлантириш, маркетинг режасининг олдинги пунктлари асосида нархлар каби маркетинг элементлари бўйича муайян стратегияларни баён қилиши лозим. Бу босқичда маҳсулот сотуви даражаси билан тўғридан-тўғри боғлиқ бўлган маркетинг харажатлари даражаси белгиланади. Маркетинг бюджетининг рентабеллигини ҳам эсдан чиқармаслик керак. Ҳатти-ҳаракатлар дастури тавсифланади: нима қилиш керак, ким, қаерда ва қанча иш бажаради. Кейин эса бюджет асосида муайян хом-ашё харид қилиш режаси, ишчи кучига бўлган эҳтиёжлар ва фойда даражаси белгиланади. Энг охирида белгиланган ишларнинг бажарилишини назорат қилиш тартиби баён қилинади. оралиқ бўғинлар натижаларини баҳолаш ва уларга ўзгартиришлар киритиш белгиланган вазифаларга асосан бажарилади.

Маркетинг режаси юқоридан пастга ҳам, пастдан юқорига ҳам ишлаб чиқилиши мумкин. Кейинги ҳолатда бу – мақсадлар, бюджетлар, башоартлардир. Маркетинг стратегиялари ва муддатлари сотувчилар, реклама бўлими ва бошқа бўлимлар ходимлари берган маълумотлар асосида белгиланади. Ушбу режалар ҳаққоний бўлиб, психологик муҳитга ижобий таъсир кўрсатади, чунки ходимлар қабул қилинган қарорлар учун жавобгар бўладилар. Бироқ бунда кўйида ишлаб чиқилган режаларни мувофиқлаштириш, ягона интеграцияланган режага айлантириш ва турли муаммоларни ҳао қилишда бир қатор қийинчиликлар пайдо бўлиши мумкин.

Дастлабки ҳолатда эса бу нарса кузатилмайди. Режали фаолият марказлашган тарзда бошқарилади ва назорат қилинади ҳамда маркетингнинг ягона йўналиши таъминланади. Шунга қарамай, реалистик режалаштириш, ходимларни қарор қабул қилишга жалб қилиш имконияти пасайиб, жамоада психологик муҳит ёмонлашади. Ушбу икки ёндашув раҳбарият юқори мақсад ва йўналишларни белгилаган, товар, реклама ва сотув билан шуғулланувчи ходимлар эса белгиланган вазифаларни амалга ошириш режасини ишлаб чиқиш билан шуғулланган ҳолларда уйғунлашуви мумкин.

Сотув реакцияси функциясини олдиндан баҳолашнинг 3 усули мавжуд.

**Статистик усул.** Статистика усуллари ёрдамида аввалги сотувлар ва маркетинг мажмуининг ўзгариш даражаси ҳақидаги маълумотларни тўплаш ва сотув реакцияси функцияларини баҳолаш.

**Экспериментал усул (тажриба усули).** Маркетинг харажатлари вариацияси ва уларнинг географик ёки бошқа бирликлар бўйича эришилган сотув ҳажмига тақсимлашни талаб қилади.

**Экспертлар баҳоси усули.** Зарур харажатлар даражаси белгиланганч, экспертлар асослаб берган мулоҳазаларга амал қилинади.

Маркетинг режаларини амалга оширишда бир қатор кутилмаган ҳолатлар юзага келиши мумкин, шу сабабли уларнинг бажарилишини доимий назорат остига олиш лозим. маркетинг назоратининг уч турини ажратиб кўрсатиш мумкин:

- ◆ тайёр режаларнинг бажарилишини назорат қилиш. Маркетинг бўйича мутахассислар йиллик режадаги назорат рақамларига эга жорий кўрсаткичларни тузади ва зарур ҳолларда вазиятни ўзгартирши учун чоратадбирларни амалга оширади;
- ◆ фойдалиликни назорат қилиш. Турли товарларнинг, бозор сегментларининг, ҳудудлар ва сотув каналларининг амалдаги рентабеллигини аниқлаш;
- ◆ стратегик назорат. Фирманинг бошланғия стратегик кўрсатмаларининг мавжуд бозор имкониятларига мос келишини мунтазам текшириб бориш.

Йиллик режаларнинг бажарилишини назорат қилишдан мақсад корхона ҳақиқатдан ҳам режадаги мақсадли кўрсаткичлар даражасига чиққанлигини аниқлашдир. Ушбу турдаги назорат тўрт босқичдан иборат.

1. Раҳбарият йиллик режага назорат кўрсаткичларини ой ва чораклар бўйича тақсимлаб киритиши лозим (нимага эришиш керак).
2. Раҳбарият фирманинг бозор фаолияти кўрсаткичларини улчайди (нима рўй беради).
3. Раҳбарият ҳар қандай жиддий хато ва камчиликлар сабабини аниқлайди (нима учун шундай бўлди).
4. Раҳбарият вазиятни тўғирлаш ҳамда белгиланган мақсад ва эришилган натижалар ўртасидаги узилишларни йўқотиш учун чоратадбирларни амалга оширади (ўзгартириш киритиш ҳатти-ҳаракатлари).

Сотув динамикаси фирманинг рақобатчиларга нисбатан ҳолати ҳақида ҳеч нарса демайди. Айтайлик, сотув ҳажми ўсиб борсин. Бу ўсиш иқтисодий шароитларнинг яхшиланиши ёки корхона фаолиятининг рақобатчиларга нисбатан такомиллашуви билан изоҳланиши мумкин. Агар бозор улуши ўсиб борадиган бўлса. Корхонанинг рақобатдаги ҳолати мустаҳкамланади, акс

ҳолда корхона ўз рақобатчиларига ўрнини бўшатиб беришга мажбур бўлиши ҳам мумкин.

Амалдаги кўрсаткичлар йиллик режада белгилаб қўйилган кўрсаткичлардан сезиларли фарқ қилган ҳолларда корхона ишлаб чиқаришни қисқартириши ёки нархларни пасайтириши, машина ва асбоб-ускуналар харид қилиш учун капитал қўйилмаларни қисқартириши, реклама ва хайрия йўлидаги харажатларни камайтириши мумкин.

Фойдалилик ва рентабелликни назорат қилиш корхонага у ёки бу товарлани ишлаб чиқаришни кенгайтириш ёки камайтириш, у ёки бу маркетинг тсратегиясини амалга ошириш масалаларини ҳал қилишга ёрдам беради. Масалан, турли сотув каналлари: техник товарлар дўконлари, боғдорчилик ва дала ҳовли учун дўконлар ва универмаглар бўйича ўт ўриш машиналарини сотиш рентабеллигини текшириш улардан фойдаланиш самарадорлиги ва мақсадга мувофиқлигини кўрсатиши мумкин. Улардан биринчилари зарар келтириши, иккинчилари ўз харажатларини қоплаши, учиничлари эса асосий фойда оқимини бериши мумкин.

Шундай қилиб, маркетинг корхона фаолиятини ташкил этиш ва тартибга солишдан ташқари товарларнинг ишлаб чиқарувчидан истеъмолчи томон ҳаракатланишини тезлаштирувчи ҳамда ўзини-ўзи тартибга солувчи ва такомиллшатирувчи тизим ҳисобланади. Корхона фаолиятининг маркетинг режаси ва дастурини қуйидаги схема ёрдамида акс эттириш мумкин.

<b>1. Маркетинг тадқиқотлари</b>		
1. Тадбиркорлик муҳитини ўрганиш	2. Комплекли бозор тадқиқотлари	3. Бозор имкониятларини баҳолаш
4. Мақсадли бозор		
<b>II. Маркетинг дастури</b>		
1. Бозор шарҳи ва башорати	2. Бозорга киришдан мақсад	
3. Бозорга кириш стратегияси	4. Ассортиментни режалаштириш	
5. Нарх сиёсати	6. Сотув сиёсати	
7. Кадрлар сиёсати	8. Харажатлар бюджети	

9. Самарадорликни баҳолаш		10. Коммуникация сиёсати			
11. Назорат					
<b>III. Ишлаб чиқариш дастурини тузиш, корхонанинг барча бўлим ва хизматлари фаолиятини уйғунлаштириш</b>					
Ишлаб чиқаришга қабул қилинган маҳсулот ассортиментни, миқдори ва муддати	<b>Янги товар ИИТКИ</b>				
	Техник ва ташкилий вазифаларни ҳал қилиш	/ояни танлаш	Танлаш ва ҳатти-ҳаракатлар	Асосий ғоя	Топширик
	<b>IV. Синов намунаси</b>				
		Синов тўлови	Лаборатория синовии	Оммавий ишлаб чиқариш	
<b>V. Коммуникация сиёсати</b>	Реклама				
	Индивидуал тарзда сотиш				
Реклама	Кўргазма				
Кўргазма	Ярмарка				
Ярмарка	Сотувни рағбатлантириш				
Савдо белгиси	Сувенирлар				
Сотувни рағбатлантириш	Қадоқлаш				
Техник хизмат кўрсатиш	Техник хизмат кўрсатиш				
Сервис сиёсати	Сервис				
<b>VI. Сотиш каналлари</b>					
Истеъмолчилар					

## 5.2-расм. Корхонанинг маркетинг фаолияти схемаси

### **қисқача хулосалар**

Бизнес-режа структурасида маркетинг режаси корхонанинг маҳсулот сотув бозорларини ва рақобатчиларини баҳолаш ҳамда маркетинг стратегиясини асослаб бериши мўлжалланган.

Маркетинг режаси доирасида бозор сиғими ҳақидаги, бозорнинг тўйинганлиги ва сиғимининг ўзгариши ҳақидаги маълумотлар шакллантирилади, бозорни сегментлаштириш усуллари аниқланади, сотув ҳажми ва рақобатчилар ҳатти-ҳаракатлари башорат қилинади, товарни тарқатишнинг принципиал схемалари, нархнинг ҳосил бўлиш усуллари ишлаб чиқилади ва рентабеллик даражаси асослаб берилади.

Маркетинг режалари ишлаб чиқиш усуллари, миқёси ва муддати бўйича таснифланади. Улар худди башоратлар каби қисқа муддатли, ўрта муддатли ва узоқ муддатли бўлиши мумкин.

Маркетинг режалари юқоридан қуйига ёки қуйидан юқорига ишлаб чиқилиши мумкин. Барча ҳолларда ҳам улар асосланганлиги ва корхонанинг муваффақиятини таъминлаши лозим.

### **Мавзу бўйича таянч иборалар**

замонавий маркетинг, сотув функцияси, ишлаб чиқариш функцияси, таҳлилий функция, бошқарув ва назорат функцияси, тадбиркорлик муҳити, иқтисодий реаллик, ижтимоий омиллар, техник ривожланиш даражаси, ҳуқуқий-норматив муҳит, тўртта «Р», бозорни баҳолаш, истеъмолчилик талабини ўрганиш, бозорни ва сотувни тадқиқ қилиш, бозор сиғими, бозорни сегментлаш, истеъмолчиларни тадқиқ қилиш, нарх тадқиқотлари, нарх сиёсати, нарх сиёсатининг беш тури, товар ҳаракатланиши ва сотувни тадқиқ қилиш, реклама ва сотувни рағбатлантиришни тадқиқ қилиш, силжитиш стратегияси, харидорларни жалб қилиш стратегияси, талабни шакллантириш ва сотувни рағбатлантириш, маркетинг дастурлари, маркетинг режаси, сотув реакцияси функциясини олдиндан баҳолашнинг 3 усули.

### **Муҳокама ва назорат саволлари**

1. Маркетинг мажмуи қандай ва у қай тариха туваффақиятга олиб келади?
2. Барча бозор сегментлари бўйича маркетинг стратегияси қандай амалга оширилади?
3. Корхонанинг маркетинг стратегиясида қисқа муддатли ва узоқ муддатли мақсадлар.
4. Тақсимлаш каналларини танлашни белгилаб берувчи омиллар (географик

жойлашув, божхона чекловлари, мавсумий шароитлар ва ҳоказо).

5. Маркетинг режасининг бўлимларини изоҳлаб беринг.

6. Товар белгилари ва «фирма стили»дан фойдаланиш нимани англатади.

7. Корхонада реклама турлари.

8. Корхонанинг маркетинг фаолияти схемасини тушунтириб беринг.

Тавсия этиладиган адабиётлар

1. Абдуллаев А., Айбешев Х. Бизнес режа. Ўқув кўлланма. Т.: «Молия», 2002. - 72бет.
2. Махмудов Э.Х., Исаков М.Ю. Бизнес планирование. (Учебное пособие). – Т.: Издательство Литературного фонда Союза писателей Узбекистана, 2004.
3. Стратегический менеджмент: стратегический менеджмент и предпринимательство: Возможности для будущего процветания. Ханс Виссема ./ Пер. с англ.- М: Издательство “Финпресс”, 2000.- 272с.
4. Энциклопедия менеджера. Библиотека успешного менеджера. Филип Холден. Пер.с англ.- М: НИРРО, 2003.- 340с.
5. Организационный менеджмент. А. Н. Мардос, О.А Мардос.- СПб.: Питер, 2003.- 336с.
6. Успешный маркетинг для малого бизнеса. Дэйв Паттен -М.: Фаир-пресс, 2003.- 368с.
7. План маркетинга. Как их составлять и использовать. Макдональд М.- М.: Технологии, 2004.- 656с.
8. Сухова Л.Ф., Чернова Н.А. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2001.
9. Жафяров А.Ж. и др. Функции маркетинга. Новосибирск, 2001.
10. Югай Л.П. Бизнес-планирование (тексты лекций). – Т.: ТГЭУ, 2000.
11. <http://www.tsue.uz>.
12. <http://www.press-review.uz>

## 6-мавзу. ИШЛАБ ЧИҚАРИШ РЕЖАСИ

### Режа

#### 6.1. Ишлаб чиқариш режаси таркиби ва кўрсаткичлар тизими

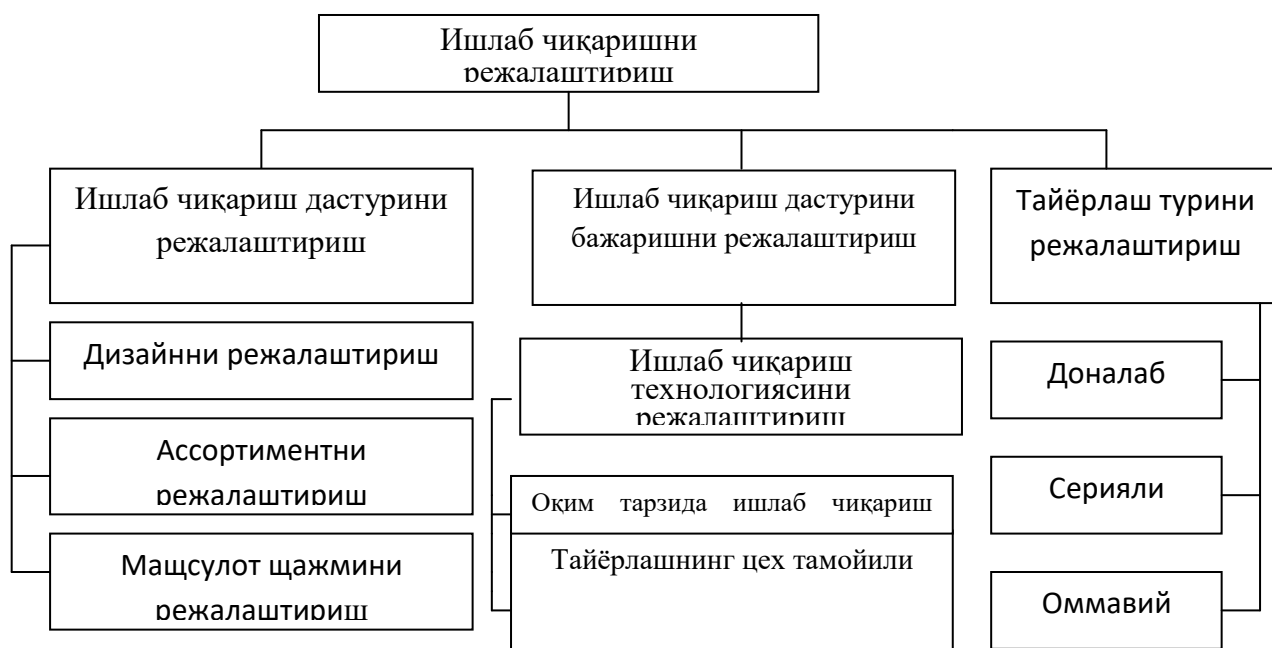
#### 6.2. Ишлаб чиқариш режасининг ишлаб чиқариш қувватлари билан асослаб берилиши

#### 6.3. Ишлаб чиқариш режасининг ресурслар билан таъминланганлиги

##### 6.1. Ишлаб чиқариш режаси таркиби ва кўрсаткичлар тизими

Маҳсулотни ишлаб чиқариш режаси бизнес-режанинг муҳим бўлими бўлиб, одатда ишлаб чиқариш фаолияти билан шуғулланувчи корхона томонидан ишлаб чиқилади. Ушбу бўлимда корхонанинг ишлаб чиқариш стратегияси акс эттирилиб, ишлаб чиқариш жараёни технологик ва ташкилий нуқтаи назарлар кўрсатилган ҳолда батафсил баён қилинади. Ишлаб чиқариш режасининг асосий вазифаси корхонанинг белгиланган муддатда керакли маҳсулотни керакли миқдорда ишлаб чиқариш имкониятларини асослаб беришдан иборат.

Ишлаб чиқариш режасининг таркибини умумий кўринишда қуйидаги схема ёрдамида акс эттириш мумкин.



## 6.1-расм. Ишлаб чиқаришни режалаштириш

**Ишлаб чиқариш дастури** бозорни ўрганиш, корхона қувватларини баҳолаш ва сотув ҳажмини башорат қилишдан сўнг ишлаб чиқилади. Гап шундаки, лойиҳаларнинг аксари қисми учун корхона иш бошлаган дастлабки йилдаёқ муваффақиятга эриши реал вазифа эмас. Ишлаб чиқариш фаолияти бошланган заҳоти ҳисоб-китоб қилинган куч-қувват билан маҳсулот ишлаб чиқариш мумкин бўлган енгил ва озиқ-овқат саноати учун ҳам биринчи йилда ишлаб чиқариш ҳажми корхона қувватлари йўл мумкин бўлгандан кам миқдорда режалаштирилади. Бироқ бу доимий қоидага айланиб қолмаслиги керак.

**Ишлаб чиқариш дастурининг асосий кўрсаткичлари** ялпи маҳсулот, тайёр (товар) маҳсулот ва тугалланмаган ишлаб чиқариш (ишлов бериш тугалланмаган маҳсулот) ҳисобланади.

**Тайёр (товар) маҳсулот ҳажми ишлаб чиқариш дастурига мувофиқ, ҳар бир маҳсулот тури учун белгиланган нархлар бўйича қуйидагича аниқланади:**

$$P_z = \sum_1^a N_a C_a + \sum_1^b N_b C_b + \dots + \sum_1^n N_n C_n,$$

бу ерда

$P_T$  — тайёр маҳсулот қиймати – сўм;

$a, b, \dots n$  — маҳсулот (иш, хизмат) номенклатураси;

$N_a, N_b, \dots N_n$  — мос келувчи маҳсулот турлари ишлаб чиқариш йиллик ҳажми (бирл.);

$C_a, C_b, \dots C_n$  — мос келувчи маҳсулот бирлигининг бозор нархи (сўм/бирл.).

**Тугалланмаган ишлаб чиқариш ҳажми** қуйидаги формулага асосан ҳисобланади:

$$P_{Tyr} = V_c \times T_{ц} \times C_p \times K_{max}$$

бу ерда

$P_{Tyr}$  — тугалланмаган ишлаб чиқариш ҳажми (сўм);

$V_c$  — ўртача 1 суткада маҳсулот чиқариш (бирл.);

$T_{ц}$  — ишлаб чиқариш даври (цикли) муддати (кун);

$C_p$  — режадаги маҳсулот таннархи (сўм/бирл.);

$K_{max}$  — маҳсулот бўйича харажатлар ўсишининг ўртача коэффиценти (0,5—0,75 атрофида).

**Ялпи маҳсулот** қуйидагича аниқланиши мумкин:

$$M_{я} = \Pi_{г} \pm \Delta\Pi_{туг}$$

бу ерда  $\Delta\Pi_{туг}$  — йил бошида ва йил охирида тугалланмаган ишлаб чиқариш қолдиқларининг ўзгариши.

## **6.2. Ишлаб чиқариш режасининг ишлаб чиқариш қувватлари билан асослаб берилиши**

**Корхонанинг ишлаб чиқариш қуввати** бу белгиланган муддат ичида тайёрланиши мумкин бўлган маҳсулот бирлиги ёки ҳажмидир. қисқа вақт учун олинган корхона қувватлари доимий катталиқ бўлиши мумкин. Бунда ишлаб чиқариш ҳажми ва чиқарилаётган маҳсулот номенклатураси ўзгарган сари ўзгартиришлар киритиш зарурлигини назарда тутиш керак.

Корхонанинг зарур қувватларини аниқлаш қуйидагиларни ҳисобга олган ҳолда техник-иқтисодий тадқиқот давомида амалга оширилади:

- ◆ муайян маҳсулот тури учун бозорга кириб бориш даражаси ва талаб башорати;
- ◆ талаб қилинувчи ресурсларнинг мавжудлиги;
- ◆ ишлаб чиқариш тури (доналаб, серияли ва ҳоказо);
- ◆ чиқарилаётган маҳсулот ёки кўрсатилаётган хизмат тури;
- ◆ қўлланаётган технология;
- ◆ мазкур ишлаб чиқаришнинг ўзини қопловчи (рентабелли) минимал ҳажми.

Корхонанинг **бошланғич** (йил бошидаги), **чиқиш** (йил охиридаги), **ўртача йиллик** ва **лойиҳа қувватини** ажратиб кўрсатиш мумкин. Булардан охиргиси қурилиш лойиҳасида кўрсатилган қувватдир. қайта таъмирлаш, кенгайтириш ва техник жиҳатдан қайта жиҳозлашдан сўнг лойиҳа қувватига ўзгартириш киритиш мумкин. Шу сабабли амалиётда кўпинча лойиҳа қуввати корхонанинг амалдаги қуввати билан таққсолаб кўрилади. Корхонанинг амалдаги қуввати ишлаб чиқариш дастурини тайёрлаш учун асос бўлиб хизмат қилади.

Корхонанинг ишлаб чиқариш қуввати одатда етакчи (асосий) цехларнинг қувватига, цехлар қуввати етакчи участкалар қувватига,

участкалар қуввати эса етакчи асбоб-ускуналар қувватига асосан аниқланади. Корхонанинг ишлаб чиқариш қувватини белгилаб берувчи асосий элементлар қуйидагилардан иборат:

- ◆ асбоб-ускуналар таркиби ва турлар бўйича сони;
- ◆ асбоб-ускуна, қурилма ва станоклардан фойдаланишнинг техник-иқтисодий нормалари;
- ◆ асбоб-ускуналарнинг ишлаш вақти фонди;
- ◆ ишчилар сони;
- ◆ чиқарилаётган маҳсулот номенклатураси ва ассортименти.

Корхонадаги етакчи бўғин (цех) ишлаб чиқариш қувватини қуйидаги формула асосида ҳисоблаш мумкин:

$$M = \frac{n \times \Phi_{\text{макс}}}{M_m}$$

бу ерда:

$M$  – цехнинг, участканинг белгиланган ўлчам бирлигида ишлаб чиқариш қуввати;

$n$  – цехда (участкада) етакчи асбоб-ускуналар сони;

$\Phi_{\text{макс}}$  – етакчи асбоб-ускуна ишлаб бериши мумкин бўлган максимал вақт фонди, соат;

$M_m$  – етакчи асбоб-ускунада маҳсулот тайёрлаш учун меҳнат сиғими прогрессив нормаси, соат.

Корхонада мавжуд қувватларнинг ишлаб чиқариш дастурига мос келишини аниқлаш учун ўртача йиллик ишлаб чиқариш қуввати ҳисоблаб чиқилади. У қуйидагича топилади:

$$M_{\text{ср.год}} = M_n + \frac{M_e \times n_1}{12} - \frac{M_l \times n_2}{12}$$

бу ерда:

$M_{\text{ср.год}}$  – корхонанинг ўртача йиллик қуввати;

$M_n$  – йил бошидаги корхона қуввати;

$M_B$  – йил давомида киритилган қувват;

$M_L$  – йил давомида ишлаб чиқаришдан чиқиб кетувчи (йўқ бўлувчи) қувват;

$n_1, n_2$  – мос ҳолда қувватларни киритиш ва чиқиб кетиши давридан йил охиригача бўлган тўлиқ ойлар сони.

қувватларни киритиш, чиқиб кетиши ва асосий ишлаб чиқариш фондларидан фойдаланишни яхшилаш билан боғлиқ бошқа тадбирлар кўпинча ишлаб чиқариш қувватларининг балансини тузиш йўли билан ҳал қилинади. Бунда корхонанинг зарур қувватларга эҳтиёжи ва уарни қоплаш манбалари аниқланади.

### **6.3. Ишлаб чиқариш режасининг ресурслар билан таъминланганлиги**

Ишлаб чиқариш дастури ҳисоб-китоб қилинган ва қувватлар танлангандан сўнг моддий ресурсларга эҳтиёж аниқланади. Бунинг учун материаллар оқими диаграммасидан фойдаланиш мумкин бўлиб, унда ишлаб чиқаришнинг турли босқичларида материаллар ва ўрдамчи воситалар баланси акс эттирилади. Моддий ва молиявий ресурслар эҳтиёжларини ҳисоблаш қуйидагилар бўйича амалга оширилади:

- ◆ асосий материаллар, масалан, хом-ашё, ярим тайёр маҳсулотлар, эҳтиёт қисмлар;
- ◆ ўрдамчи материаллар;
- ◆ асосий ўрдамчи материаллар;
- ◆ ишчи кучи.

Ресурсларга эҳтиёжни аниқлаш учун **детерминант** (норматив), **статистик ва эмпирик** каби турли усуллар қўлланиши мумкин:

**Детерминант** (норматив) йўл билан маҳсулот чиқариш учун ресурсларга бўлган эҳтиёжни аниқлаш мақсадга мувофиқ. Бошқа материаллардан таъмирлаш ва эксплуатация харажатлари, заҳираларни шакллантириш учун фойдаланиш мумкин.

**Моддий заҳиралар ҳажмини аниқлаш.** Заҳиралар асосан ишлаб чиқариш жараёнини номаълум характерли харидларга боғлиқлигини камайтириш, технологик ишлов бериш бўйича келгуси операцияларни ишлаб чиқариш босқичидаги аввалги хатолардан мустақил бўлиши, шунингдек, харидорлар талаби барқарор бўлмаган ҳолларда тайёр маҳсулотнинг барқарор таклифини таъминлаш учун мўлжалланади.

Моддий заҳираларни режалаштиришда уларнинг оптимал ҳажмига

риоя қилиш керак, чунки заҳираларнинг камайиб кетиши маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотишда узилишларга сабаб бўлиши, ортиқча заҳираларнинг тўпланиб қолиши эса айланма воситаларнинг боғланиб қолиши, кердиторлик қарзларининг кўпайиши, материалларни олиб келиш ва сақлаш учун харажатларнинг ортишига олиб келиши мумкин. Бу эса корxonанинг молиявий ҳолатини ёмонлаштиради.

Ушбу вазифани ҳал қилиш учун корхона заҳираларнинг белгиланган нормаси – моддий ресурслар минимал ҳажмига амал қилиши лозим бўлиб, бу ресурслар корxonанинг тўхтовсиз суратларда ишлашини таъминлаши лозим бўлади.

Заҳиралар ҳажмини учта асосий омил белгилаб беради:

- ◆ кундалик материал истеъмоли ҳажми;
- ◆ материаллар сарфланиши характери (истеъмолнинг бир хиллик даражаси);
- ◆ иккита марта материал олиб келиш ўртасидаги вақт.

**Хом-ашё ва материаллар хариди** корxonанинг хўжалик фаолиятида муҳим кадам ҳисобланади. Бунда вазифа харид қилинаётган материаллар оптимал ҳажми қандай бўлишини аниқлашга бориб тақалади, чунки бир марталик харид қилинадиган материаллар партияси қанчалик катта бўлса, шунча кўп айланма маблағларни «боғлаб» қўйишга тўғри келади ва аксинча.

**Ресурслардан фойдаланишни баҳолаш.** Бизнес-режани ишлаб чиқишда корxonанинг ресурслардан фойдаланишини ёритиб бериш зарур.

Гап шундаки, талаб қилинувчи ресурслар ҳажмини аниқлаш бу ҳали режалаштиришнинг бошланиши бўлиб, амалдаги бизнесда бу ресурслар қандай фойдаланилиши муҳим аҳамият касб этади.

Ресурслардан фойдаланиш стратегиясини қуйидаги кетма-кетликда амалга ошириш мақсадга мувофиқ:

1. Барча ресурслардан фойдаланиш кўрсаткичларини аниқлаш.
2. Асосий ишлаб чиқариш фондларидан фойдаланиш кўрсаткичларини аниқлаш.
3. Айланма ишлаб чиқариш фондларидан фойдаланиш кўрсаткичларини аниқлаш.

Натурал ва қиймат ўлчамидаги амалдаги (ўтган йилги) ва режадаги (башорат

қилинган) кўрсаткичлар ресурслардан фойдаланишни тавсифлаш учун асос бўла олади. Режадаги кўрсаткичларнинг амалдаги кўрсаткичлардан ортиб кетиши корхонанинг ресурслардан фойдаланиш сиёсатида ижобий ўзгаришлар рўй берганлигидан дарак беради.

**Айланма воситалар таркиби.** Айланма воситалар бу айланма ишлаб чиқариш фондлари ва муомала фондларига аванс тариқасида берилган пул маблағларидир.

Хўжалик фаолияти жараёнида айланма воситалар тўхтовсиз айланишда бўлиб, буни шартли равишда уч босқичга жаратиш мумкин. Биринчи босқичда (П—Т) айланма воситалар (П) ишлаб чиқариш мақсадлари учун харид қилинувчи товарга (Т) айланади. Иккинчи босқичда (Т—П—Т) харид қилинган товар шаклидаги айланма воситалар ишлаб чиқаришга киритилади ва бу жараёнда тайёр маҳсулот, ярим тайёр маҳсулот ва ишлов бериш тугалланмаган маҳсулот шаклини олади. Учинчи босқичда (Т—П) тайёр маҳсулот шаклидаги айланма воситалар уни сотиш жараёнида яна пулга айланади. Айланма воситалар битта ишлаб чиқариш циклида тўлиқ истеъмол қилинади ва ўз қийматини ишлаб чиқарилган маҳсулот таннархига ўтказилади.

Айланма воситалардан фойдаланишнинг асосий кўрсаткичи айланиш коэффиценти ( $K_0$ ) ва битта айланиш муддати ( $T_0$ ) ҳисобланади.

Айланиш коэффиценти йил давомида асосий воситаларнинг айланиш сонини тавсифлайди ва (ПТ) пул тушуми ҳажмининг фойдаланилган ўртача айланма маблағларга (АМ) нисбати сифатида аниқланади:

$$K_0 = ПТ / АМ$$

Битта айланиш муддати айланма воситалар ҳажми ва маҳсулот (пул тушуми) ҳажми билан аниқланади:

$$T_0 = (АМ \times 360) / ПТ, \text{ ёки } 360 / K_0$$

Режадаги йилда асосий воситаларнинг айланиш муддатини аввалги йилдаги кўрсаткич билан солиштириш унинг тезлашгани ёки секинлашганидан дарак беради.

*Юқорида келтирилган мисолда ишлаб чиқариш режаси қуйидагича тuzилади.*

*Мазкур лойиҳани амалга ошириш учун 30 кв.м ҳажмидаги бинони ижарага*

олиш талаб қилинади. Ижара тўлови ойига 200 минг сўми ташиқил этади. Асбоб-ускуналар Минск шаҳридаги фирмадан харид қилиниб, унинг умумий қиймати 5-жадвалда акс эттирилган.

5-жадвал.

*Инвестицияларга эҳтиёжни ҳисоблаш*

<i>Харид қилинган қурилма номи</i>	<i>Миқдори</i>	<i>Биттасининг нархи, минг сўм</i>	<i>Ҳаммасининг нархи, минг сўм</i>
<i>Компьютерлар</i>	<i>10</i>	<i>1223</i>	<i>12230</i>
<i>Столлар</i>	<i>10</i>	<i>80</i>	<i>800</i>
<i>Стуллар</i>	<i>10</i>	<i>40</i>	<i>400</i>
<i>Сканер</i>	<i>1</i>	<i>110</i>	<i>110</i>
<i>Принтер</i>	<i>1</i>	<i>160</i>	<i>160</i>
<i>Жами асосий фондлар</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>13700</i>
<i>Транспорт харажатлари</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>200</i>
<i>Ўрнатиш ва ходимларни ўқитиш</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>100</i>
<i>Жами инвестициялар</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>14000</i>

*Мўлжалга кўра «Star» компьютер клуби бир суткада 14 соат (8.00–23.00) ишлайди, техник танаффус – 14.00 дан 15.00 гача, дам олиш куни - душанба.*

*Рақобатчилар ишини таҳлил қилиш натижасида 1 та компьютер кунига 10 соат (10 та компьютер-100 соат) ишлаши, кунига 50 бет матн чоп этилиши ва 20 бет матн сканер ёрдамида ишлов берилиши ҳисоб-китоб қилинган.*

## Хизмат кўрсатиш ҳажмини ҳисоблаш

Хизмат тури	1 йилда кўрсатилган хизмат ҳажми	
	2003 йил	2004 йил
Компьютерда 1 соат ишлаш	22500	30000
1 бет чоп эттириш	11250	15000
1 бет сканер билан ишлов бериш	4500	6000

Клубда ишлаш учун 3 киши ёлланган. Ходимлар меҳнати тақсимланган ҳолда штатлар рўйхати 7-жадвалда келтирилган.

## Хизмат кўрсатувчи ходимларнинг штатлар рўйхати

Лавозими	Вазифаси	Кишилар сони
Техник персонал	Бинони тозалаш	1
ЭХМ оператори	қурилмалар билан ишлаш, мижозларга хизмат кўрсатиш	2
Жами		3

Штатлар рўйхатига кўра ходимлар тоифаси бўйича ойлик иш ҳақи фонди белгиланади. Олинган натижалар 8-жадвалда акс эттирилган.

## Лойиҳа бўйича ойик иш ҳақи фонддини ҳисоблаш

Ходимлар тоифаси	Кишилар сони	Ойлик иш ҳақи фонди, минг сўм	2003 йилда иш ҳақи фонди, минг сўм	2004 йилда иш ҳақи фонди, минг сўм
Техник персонал	1	80	720	960
ЭХМ оператори	2	200	1800	2400

<i>Жами</i>	3	-	2520	3360
<i>Иш ҳақи фонди плюс 32%</i>	-	-	3326,4	4435,2

*Ишлаб чиқариш харажатларини ҳисоблаш учун амортизация чегирмалари ҳажмини аниқлаш зарур (9-жадвал).*

*Лойиҳа бўйича амортизацияни ҳисоблаш, минг сўм*

<i>Баланс қиймати</i>	<i>Киришган йил</i>	<i>қиймати</i>	<i>Амортизация нормаси, %</i>	<i>Амортизация ажратмалари</i>					
				<i>2003 й</i>	<i>2004 й</i>	<i>2005 й</i>	<i>2006 й</i>	<i>2007 й</i>	<i>2008 й (3 ой)</i>
<i>Компьютер</i>	2003 2 кв.	12497,8	20	1874,7	2499,6	2499,6	2499,6	2499,6	624,9
<i>Стол</i>	2003 2 кв.	817,5	20	122,6	163,5	163,5	163,5	163,5	40,9
<i>Стул</i>	2003 2 кв.	408,8	20	61,3	81,8	81,8	81,8	81,8	20,5
<i>Сканер</i>	2003 2 кв.	163,5	20	24,5	32,7	32,7	32,7	32,7	8,1
<i>Принтер</i>	2003 2 кв.	112,4	20	16,9	22,5	22,5	22,5	22,5	5,6
<i>жами</i>		14000		2100	2800	2800	2800	2800	700
<i>қолдиқ қиймати</i>				11900	9100	6300	3500	700	0

## Кўрсатилган битта хизмат таннархини ҳисоблаш, сўм.

<i>Харажатлар моддаси</i>	<i>1 соат ишлаш</i>	<i>1 бет принт</i>	<i>1 бет скан.</i>
<i>1. Моддий харажатлар:</i>			
<i>Электр энергияси</i>	6	0,22	0,83
<i>Қоғоз</i>	0	14,5	0
<i>Бошқа моддий харажатлар</i>	1,2	19,95	5,4
<i>Жами 1-бўлим бўйича</i>	7,2	34,67	6,23
<i>2. Номоддий харажатлар</i>			
<i>Иш ҳақи фонди (ИХФ)</i>	133,06	20,70	22,18
<i>ИХФ ажратмалари (35%)</i>	46,6	7,2	7,8
<i>Умумлашган солиқ (5%)</i>	6,7	1,0	1,1
<i>Амортизация</i>	90	1,5	5,4
<i>Умумхўжалик харажатлари</i>	20,65	2,35	1,85
<i>Ижара тўлови</i>	78	3	2,5
<i>Ер солиғи</i>	0,06	0,04	0,01
<i>Жами 2-бўлим бўйича</i>	375,0	35,9	40,8
<i>3. жами 1 ва 2 бўлимлар бўйича</i>	382,2	70,5	47,0
<i>4. фойда (3-п.дан 50 %)</i>	114,7	21,2	14,1
<i>5. жами (3пқ4п)</i>	496,8	91,7	61,1
<i>6. маҳаллий стабилизация фондларига мақсадли йиғимлар (п.5*2,5%/(100-2,5%))</i>	12,7	2,4	1,6
<i>7. жами (5п қ 6п)</i>	509,6	94,0	62,7

8. республика фондига ажратмалар ( $n.7 * 2\% / (100 - 2\%)$ )	10,4	1,9	1,3
9. жами (7пқ8п)	520,0	96,0	64,0
10. ққС ( $n.9 * 20\% / 100 - 20\%$ )	130,0	24,0	16,0
11. сотув нархи (п.9қп.10)	650,0	120,0	80,0
Жами харажатлар	382,2	70,5	47,0
Шундан, Доимий харажатлар	365,1	28,7	35,7
Ўзгарувчан харажатлар	17,1	41,8	11,3

### қисқача хулосалар

Бизнес-режанинг “Ишлаб чиқариш режаси” бўлими корхонанинг белгиланган муддатда керакли маҳсулотни керакли миқдорда ишлаб чиқариш имкониятларини асослаб беришдан иборат.

Ишлаб чиқариш режаси ишлаб чиқариш жараёнини баён қилиш, корхонанинг ишлаб чиқариш қувватлари ва ресурслар таъминотини асослаб бериш, ишлаб чиқариш режаси кўрсаткичларини ҳисоб-китоб қилишни қамраб олиши лозим.

Ишлаб чиқариш режасини ишлаб чиқариш қувватлари билан таъминланганлигини асослаб бериш ишлаб чиқариш муддатининг узоқлиги, ишлов берилувчи деталлар ҳажми ва операциялар йиғиндиси каби ҳисоб-китобларни назарда тутди.

Ишлаб чиқариш дастурининг асосланганлиги моддий ва хом-ашӣ ресурсларига эҳтиёжлар билан мустаҳкамланади. Бундай ҳисоб-китобларни улардан фойдаланиш самарадорлигини, шунингдек, харид қилиш ва молиялаштириш манбаларини ҳисобга олган ҳолда амалга ошириш зарур.

### Мавзу бўйича таянч иборалар

ишлаб чиқариш режаси, ишлаб чиқариш дастури, ялпи маҳсулот, тайёр (товар) маҳсулот, тугалланмаган ишлаб чиқариш, корхонанинг ишлаб чиқариш қуввати, техник-иқтисодий тадқиқот, моддий ва молиявий ресурслар, ресурсларга эҳтиёжни аниқлаш, детерминант (норматив), статистик ва эмпирик усуллар, моддий захиралар ҳажмини аниқлаш, хом-ашӣ ва материаллар хариди, ресурслардан фойдаланишни баҳолаш, айланма

воситалар таркиби, айланиш коэффиценти, битта айланиш муддати.

### **Муҳокама ва назорат саволлари**

1. Ишлаб чиқариш дастурининг асосий кўрсаткичлари нималардан иборат?
2. Сизнинг маҳсулотингизни ишлаб чиқариш технологияси.
3. Ишлаб чиқариш жараёнининг асосий босқичлари.
4. Асбоб-ускуна, хом-ашё, бутловчи қисмларга эҳтиёж ва уларнинг қандай таъминланиши.
5. Ишлаб чиқариш режасининг ишлаб чиқариш қувватлари билан асосланганлиги.
6. Ишлаб чиқаришнинг экологик тозалигини таъминлаш.
7. Ресурслардан фойдаланишни баҳолаш кўрсаткичларини асослаб беринг.
8. Ресурсларга бўлган талабни аниқлашнинг қандай услублари мавжуд?

### **Тавсия этиладиган адабиётлар**

1. Абдуллаев А., Айбешев Х. Бизнес режа. Ўқув қўлланма. Т.: «Молия», 2002. - 72бет.
2. Махмудов Э.Х., Исаков М.Ю. Бизнес планирование. (Учебное пособие). – Т.: Издательство Литературного фонда Союза писателей Узбекистана, 2004.
3. Методы принятия решений бизнес – плана. Эвристика. Иванов Л.Н., Иванов А.Л.- М.: «Приор - издат», 2004.-80с.
4. Энциклопедия бизнес – планов: Методика разработки. 75 реальнўх образцов бизнес – планов. Горемўкин В.А., Нестерова Н.В.- М.: «Ось-89», 2003. –1104с.
5. «Пособие по составлению бизнес - плана» Эрик С. Зигель.- М.: МТ-Прес, Сирин,2003.- 224с.
6. Экономика предприятия: Учебник для вузов / Под ред. Проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара. – 3-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2002. – 718 С.
7. Пивоваров К.В. Бизнес-планирование. 3-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2002. – 164 с.
8. Пивоваров К.В. Бизнес-планирование. 3-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2002. – 164 с.
9. Югай Л.П. Бизнес-планирование (текстў лекций). – Т.: ТГЭУ, 2000. – 47 с.
10. <http://www.imf.org>
11. <http://www.ifc.org>

## 7-мавзу. ТАШКИЛИЙ РЕЖА ВА МЕНЕЖМЕНТ

**Режа:**

**7.1. Вазифаси ва асосий қоидалари**

**7.2. Бошқарувни ташкил этиш**

**7.3. Кадрлар сиёсати ва персонални бошқариш**

### 7.1. Вазифаси ва асосий қоидалари

**Ташкилий режа ва менежмент** – бизнес-режанинг муҳим бўлими бўлиб, унда корхона бошқарувининг ташкилий тузилмаси қандай бўлиши, мулкчилик шакли, команда таркиби ва ҳоказолар ҳақида ҳикоя қилинади.

Ушбу бўлимда қуйидагилар аниқ акс эттирилши лозим: ким ва нима билан шуғулланади, бўлинмалар бир-бири билан ўзаро қандай алоқа қилади, уларнинг фаолиятини қай тариха мувофиқлаштириш ва назорат қилиш мумкин, бошқарув командасининг асосий аъзолари ўртасида роллар қандай тақсимланади ва улар қай тарзда бир-бирини тўлдириб туради? У ёки бу структура бирликлари зиммасига қайси мажбуриятлар юклатилади? Ташкилий чалкашликлар сабабли кўп ҳолларда энг умидли лойиҳалар ҳам барбод бўлиши туфайли бундай ахборот корxonанинг бизнес-режасидан ташқари маркетинг, молия ва ишлаб чиқаришни бошқаришга қодир бўлган командани ҳам кўриш истагида бўлган инвестор ва банкирларни ҳам қизиқтиради.

Бир сўз билан айтганда, бўлим ишнинг «жонли» томонини, яъни корxonанинг ташкилий тузилмаси қандай шаклланиши ва унинг кадрлар билан таъминланиши, шунингдек, мутахассисларнинг доимий ёки вақтинчалик ишга олинишини ва ниҳоят корхона махсус ташкилотлар хизматларидан фойдаланишини акс эттириши лозим. бошқарув ходимлари учун «касб пиллапояси бўйлаб ҳаракатланиш» тизими, шунингдек, корxonанинг юқори иқтисодий кўрсаткичларга эришишидан манфаатдорлигини рағбатлантириш тизими яратилиши зарур.

Айтиш мумкинки, менежмент ва ташкилот режасини ишлаб чиқиш

бизнес-режанинг бошқа бўлимларидан аввал ишлаб чиқилиши зарур. Гап шундаки ҳар қандай ишнинг муваффақиятга эришувини инвестициялар, молиявий, моддий ва бошқа ресурслардан ташқари биринчи навбатда мутахассислар, ўз касбининг усталари белгилаб беради. Иқтисодий назария классикларидан бири айтиб ўтганидек, инсонсиз, унинг меҳнати ва ресурсларга қўл теккизишисиз ҳар қандай ресурс, ҳар қандай нарса «ўлик» нарса бўлиб қолаверади. Амалиётда, айниқса, бизнес соҳасида битта мутахассиснинг ақл-идроки ва топқирлиги бир гуруҳ одамларга қараганда кўпроқ фойда келтириши мумкин, корхона структурасидаги қўшимча бирлик эса ҳали мос келувчи муваффақиятни англамайди, унинг учун улкан истиқболларни кафолатламайди. Шунинг учун ҳам мазкур бўлимни тайёрлашда ишлаб чиқариш режасини асослаб бериш, корхона қувватларини ҳисоб-китоб қилиш, зарур моддий ва бошқа ресурсларни аниқлашдан кам аҳамият касб этмайди.

Ташкилий тузилма ва менежмент бу ўз моҳиятига кўра бизнес-режани амалга ошириш бўйича ҳатти-ҳаракатлар дастури бўлиб, унда қуйидагилар ўз аксини топиши лозим:

- *корхона бошқарувининг ташкилий тузилмасига қўйилувчи талаблар;*
- *менежментга қўйилувчи талаблар;*
- *ишлаб чиқаришни жойлаштириш ва фойда марказлари;*
- *кадрлар сиёсати ва уни амалга ошириш йўналишлари;*
- *ҳомийлик ва хайрия-васийлик фаолияти.*

Ушбу бўлимнинг аниқ ва муайян тўлдирилиши корхона тури ва мулкчилик шаклига боғлиқ бўлади. Агар гап давлат корхонаси ҳақида бораётган бўлса, бу ҳолда бўйсунтириш тизими ва давлатнинг корхона хўжалик фаолиятига аралашуви чегаралари очиқ берилиши лозим. Акциядорлик жамиятида эса директорлар кенгаши, асосий раҳбарларнинг вазифалари акс эттирилиши, акциядорлик капиталининг акциядорлар ўртасида қай тарих тақсимланиши белгилаб олиниши лозим. Корхона фаолиятида иштирок этишни истаган бошқа инвесторлар ҳақида, айниқса, уларга тегишли акциялар сони ва улуши, уларни сотиб олиш вақти ва қиялар қиймати ҳақида маълумот бериш ҳам ишга ҳалақит бермайди.

Бу ерда яна бир нарса муҳим роль ўйнайди – корхона олдиндан бор бўлганми ёки энди ташкил қилинганми. Дастлабки ҳолатда корхона олдиндан чизиб берилган йўлдан бориши ва бизнес-режа тузиш бўйича тўпланган тажрибалардан фойдаланиши мумкин. Кейинги ҳолатда эса тадбиркор у ёки бу мулкчилик шаклини танлаш сабабларини изоҳлаб бериши, бу шаклни ўзгартириш истиқболлари белгилаши ҳамда нима сабабдан бу стратегияни энг яхши деб ҳисоблашини тушунтириб бериши зарур. Бундан ташқари,

ушбу ҳужжатда корхонани ташкил қилиш ва унинг келгусидаги фаолиятини тартибга солишни тавсифловчи барча қонун ҳужжатлари акс эттирилиши лозим.

Менежмент ва режалаштириш соҳасида меҳнат қилувчи иқтисодчи ва олимлар бизнес-режанинг ушбу бўлимида энг муҳим ва мустақил масалар сифатида қуйидагиларни кўриб чиқишни таклиф қилади:

- бизнес-режанинг ишбилармонлик жадвали;
- бошқарувни ташкил этиш;
- кадрлар сиёсати ва персонални бошқариш.

Ишбилармонлик жадвали бу корхонанинг яратилиши ва келгуси фаолиятидаги энг муҳим ҳодисалар белгиланган жадвалдир. Унда маҳсулотни ишлаб чиқиш ва ишлаб чиқариш жараёни, бозорни баҳолаш, сотув дастурини тайёрлаш ва ҳоказоларнинг вақт бўйича графигини белгилаш тавсия қилинади.

Шунингдек, бизнес-режанинг муваффақиятга эришишини таъминловчи энг муҳим топшириқлар: дизайннинг яқунланиши, маҳсулотнинг кўргазмаларда намоёни этилиши, хом-ашё, материал ва бутловчи қисмларга зарур миқдорда буюртма бериш, ишлаб чиқаришнинг бошланиши, биринчи буюртманинг олинishi, биринчи тўловларни кўрсатиш тавсия этилади. Ишбилармонлик жадвали бутун ишнинг асосий ҳолатларини назорат қилиш, пайдо бўлувчи муаммоларни бартараф қилиш ва етказилувчи зарарни камайтиришга имкон беради.

Тўғри тузилган жадвал ҳамкорларга бошқарув командасининг маҳорати юқори эканлигидан далолат беради. Тадбиркорлар турли вазибаларни бажариш учун талаб қилинувчи вақтни нотўғри баҳолашлари мумкинлиги сабабли реал имкониятлардан чиқиб келиш зарур.

Кўплаб чет эллик компания ва фирмалар ўз бизнесида янада кўпроқ муваффақиятга эришиш мақсадида рекламадан кенг фойдаланиб, турли буклетлар, экспресс-ахборотлар чиқарадилар. Бизнеснинг ушбу жиҳати корхонанинг ишбилармонлик жадвалида ҳисобга олинса ёмон бўлмас эди. Масалан, унда ёзма ва график шаклида қуйидагилар акс эттирилиши мумкин:

- ◆ корхонани яратиш;
- ◆ бизнес бўйича ҳамкорлар;
- ◆ ишлаб чиқаришнинг бошланиши;
- ◆ дастлабки товар партиясини етказиб бериш;
- ◆ савдо ваколатхоналари билан келишувга келиш;
- ◆ савдо кўргазмаларига чиқиш;

- ◆ улгуржи савдогарлар билан келишув имзолаш;
- ◆ ишлаб чиқариш учун зарур миқдорда материаллар буюртма қилиш;
- ◆ ҳисоб рақамига келиб тушган биринчи тўлов ва тушумларни олиш.

Кўзга яққол ташланиб туриши учун махсус графикда ишлаб чиқаришнинг тўлиқ циклини – хом-ашё харид қилишдан то чиқарилаётган ҳар бир маҳсулот учун пул тушуми олишгача акс эттириш тавсия қилинади.

Шундай қилиб, бизнес-режадаги ишбилармонлик жадвали куйидагиларни назарда тутди:

- ◆ корхона фаолиятининг асосий, ҳаёт учун энг муҳим соҳаларини ажратиб кўрсатиш;
- ◆ ҳар бир ишнинг бошланиши ва тугаш вақтини аниқ белгилаш;
- ◆ фаолиятнинг ҳар бир муҳим соҳаси учун жавобгар шахсларни тайинлаш;
- ◆ жадвалда юз бериши мумкин бўлган узилишларни ва уларни тўғирлаш учун амалга оширилувчи ҳатти-ҳаракатларни белгилаш;
- ◆ жавалдан четга чиқишнинг бизнес-режага таъсирини муокама қилиш.

Бўлимнинг критик жиҳати ташкилий тузилманинг бизнес вазифаларига мос келишини намоён этиш ҳисобланади. Гап шундаки, бизнесда ташаббус алоҳида аҳамиятга эга бўлиб, у кўпинча анъанавий ёндашувлар билан зиддиятга учрайди. қабул қилинувчи қарорларнинг устиворлигини белгилашда муаммоларнинг олдини олиш учун барча имкониятлардан фойдаланиш ҳамда максимал фойдани таъминловчи бўлинмаларни самарали рағбатлантиришни таъминлаш лозим.

*Мисол (давоми). Ташкилий-ҳуқуқий шаклига асосан «Star» компьютер клубини бошқариш таъсисчилар томонидан амалга оширилади. Клуб фаолиятдан олинган даромад киритилган капиталга пропорционал равишда тақсимланади. Ходимларнинг самарали ишлашини таъминлаш учун мукофот, бир марталик ёрдам пули каби рағбатлантириш усулларидан фойдаланиш мумкин.*

## **7.2. Бошқарувни ташкил этиш**

Замонавий менежмент фан ва амалиётдан кўра одамларни бошқариш санъати сифатида кўпроқ намоён бўлади. Корхонанинг ташкилий режасида кўзда тутилган барча тадбирлар, амалиётнинг кўрсатишича, ишлаб чиқаришни ривожлантириш вазифаси корхона раҳбариятдан ташқари ходимлар жамоасининг ҳам зиммасида бўлса муваффақиятли тузилиши,

келгусида эса ўз вақтида ва самарали амалга оширилиши мумкин. Ходимлар иқтисодиётда бошқарувнинг акциядорлик шакллари етакчилик қилаётган, бизнес ва тадбиркорлик фақатгина бизнес учун туғилган, танланган шахсларнинг эмас, балки ҳар бир шахс шуғулланиши мумкин бўлган ҳозирги шароитларда кўплаб хўжалик субъектларининг хўлқ-атвори учун қоидага, деярли заруратга айланиб бормоқда.

Бирок, корхона муваффақияти ҳақида қайғурувчи жамоа илмий менежмент тамойиллари ва талабларига зид келиши ҳам мумкин. Биринчидан, жамоанинг ҳар бир аъзоси – оддий ишчидан то биринчи раҳбаргача корхонада белгиланган қоун-қоидаларга асосан ўз вазифа ва мажбуриятларини бажариши, иккинчидан, мансабдор шахслар, бўлинма ва хизматлар ўртасида субординация таъминланиши, учинчидан эса, бошқарувни ташкил қилишда чуқур билимга эгаллик ва самарадорлик таъминланиши лозим.

Маълумки, ҳар бир шахс ўзига яраша индивидуал бўлади. Агар раҳбар ходим, мутахассис ўз салоҳиятини тўлиқ очиб беришини истаса бошқарув жараёнида ҳар бир шахсга ўзига хос ёндашиши зарур. Инсон табиатини яхши билмаган раҳбар муваффақиятга умид қилиши қийин, ташкилий режа эса қоғозда қолиб кетади. Тажрибаларнинг кўрсатишича, кўплаб қўл остидаги ходимлар фаолияти кўп жихатдан рашбарият билан муносабатлар характерига боғлиқ бўлади. Айнан раҳбарият кимнинг нима иш қилиши ва ким нима учун жавобгар бўлишини белгилаб беради.

Бошқарув санъатидан яхши хабардор бўлиш раҳбариятнинг турли хил ички ва ташқи вазият омилларини олдиндан кўра билиш қобилиятини англатади. Бу жараённинг асосини режа кутилаётган натижаларни берадиган даражада одамлар фаолияти ва ишни ташкил қилиш ҳисобланади. Бу эса кўп жихатдан тўпланган иж тажрибасидан ташқари, бошқарув усулларига, асосий вазифаларни иккинчи даражали вазифалардан ажрата олиш, жамоанинг ва ҳар бир шахснинг ҳатти-ҳаракатларини баҳолаш ва рағбатлантириш қобилиятига боғлиқ бўлади.

Кўриниб турганидек, бошқарувни ташкил қилиш кўп қиррали жараён бўлиб, ўз мазмунига кўра оддий бошқарувдан кўпроқ маънони англатади. У одатда, аввало, корхона раҳбарияти томонидан бошқарув тузилмаси ва коммуникация тизимини шакллантириш, иқчнинг боришини назорат қилиш бўйича белгиланган бошқарув қарорининг қабул қилиниши билан боғлиқ бўлади. бошқача қилиб айтганда, бошқарувни ташкил қилиш икки хил аспектга эга: ишлаб чиқаришни ташкил қилиш ва ишлаб чиқаришни

бошқаришни ташкил қилиш. Схема кўринишида буни қуйидагича акс эттириш мумкин:



7.1-расм. Ташкилий қарорлар ва бошқарув

Ташкил қилиш жараёнида корхонанинг танланган ривожланиш стратегияси билан унинг бошқаруви ташкилий тузилмаси ўртасидаги муносабат муҳим аҳамият касб этади. Кўплаб олим ва мутахассислар фикрига кўра бошқарув тузилмасининг ривожланиш стратегиясига мос келиши энг юқори иқтисодий самарадорликка эришишдан ташқари, ортиқча бошқарув харатларини камайтириш, бошқарувнинг тизим сифатида мослашувчанлиги ҳамда корхонанинг рақобтли муҳитда яшовчанлиги ва унинг ўсишида ҳам катта аҳамиятга эга. Бундай мутаносибликка эриши корхонада бошқарувни ташкил қилишнинг асосий вазифаларидан биридир.

Бироқ бу ерда кўп нарса корхона ҳажми, мулкчилик шакли, иш фаолияти ва бошқа белгиларига ҳам боғлиқ бўлади. Масалан, корхона ҳажми ўсиши билан унинг структураси ҳам ўзгаради, у янада стандартлашган ва формаллашган бўлади. Корхона ҳажмининг каттариши ёки кичрайиши мос равишда бошқарув бўғинлари сонига таъсир кўрсатади, бошқарув фаолияти билан машғул бўлган ходимлар сонига ўзгартириш киритади, бошқарув харажатларининг ўсиши ёки камайишига олиб келади.

Айрим корхоналар ўз структурасини ташкилот бўйича махсус справочниклар чиқариш йўли билан формаллаштиради. Бу справочникларда одатда корхонанинг тарихи ва унинг такилий тузилмаси, ишлаб чиқариш мақсади ва турлари, раҳбарият фаолиятининг баён қилиниши, кадрлар сиёсати, бандлик шароитлари, энг кам ва энг юқори иш ҳақи каби маълумотлар ўрин олади. Бундай ахборотлар шунингдек, кўп ҳолларда корхона фаолиятини реклама қилиш ва бозордаги имиджини оширишга хизмат қилади.

Бизнес-режа ва унинг бўлимлари ҳаётийлигини таъминлаш мақсадида бошқарув тизими – менежментни маркетинг билан боғлаш муҳим. Улар у ёки бу даражада ташкилий режа билан боғлиқ бўлиб, корхонанинг ишлаб чиқариш муваффақияти ва кутилаётган фойда даражасига эришишига хизмат қилади. Айнан шундай боғлиқлик бошқарувни ташкил қилишда нафақат ўз истеъмолчиси ва бозорига, балки барча бозорлар ва истеъмолчиларга, қабул қилинган ва амалга оширилаётган қарорларнинг оқилоналигига йўналтирилган тўлиқ бир тизимни кўришга имкон беради. Масалан, самарадорлик нуқтаи назаридан корхона ва унинг бизнеси кимлар ва нима сабабдан корхона маҳсулотини сотиб олаётганлиги бефарқ қолдирмаслиги керак. Корхона харидорлари бошқалардан нима сотиб олади? Улар учун ушбу харидлар қандай қийматга эга? Бизнесни жонлантириш ва

истеъмолчилик талабининг ўсиши учун қандай ташкилий ва бошқарув қарорларини қабал қилиш зарур? Бошқарувни ташкил қилиш бошқа бирон мақсадни қўзламаган мақсад эмаслиги сабабли шу ва шу каби бошқа саволларнинг жавоби ҳар бир ишлаб чиқариш корхонаси раҳбариятининг бошқарув ҳатти-ҳаракатлари асосида ётиши лозим.

Янги ташкил этилаётган корхона учун юқорида айтиб ўтилган вазифалардан ташқари бизнес миқёсига мос келувчи ташкилий тузилмани шакллантириш муҳим аҳамиятга эга. Уни тавсифлаб беришда одатда қуйидаги масалалар ёритилади:

- асосий бошқарув лавозимлари ва бошқарув ходимларининг умумий сони;
- бошқарув тизимининг иерархия босқичлари сони;
- у ёки бу лавозимларга мутахассислар резюмесини тўплаш ва бошқарув командасини шакллантириш;
- бошқарув командаси аъзолари ўртасида ролларни тақсимлаш ва зар бир команда аъзосининг функцияларини белгилаб олиш;
- бошқарув командасининг ҳар бир аъзоси учун ойлик иш ҳақи миқдорини белгилаш;
- бошқарув командаси аъзоларини ёллаш шартлари.

Корхонанинг оптимал ташкилий тузилмасини шакллантириш бир вақтнинг ўзида амалга ошириладиган нарса эмас. Унинг ечими кўп ҳолларда нафақат кўп вақт, балки ташкилий ҳаракатлар ҳам талаб қилади. Айниқса бошқарув командасини тузиш оғир ва мураккаб иш ҳисобланади. Бунда қуйидаги тамойилларга риоя қилиш зарур:

- команда аъзоларининг психологик жиҳатдан бир-бирига мос келишини таъминлаш;
- команда ягона организм каби фаолият кўрсатади;
- ҳар бир команда аъзоси жамоа олдида қўйилган мақсадни тўлиқ тушуни олиши лозим;
- команда аъзоси ўз малакасини мунтазам ошириб бориши керак;
- қонуний асосда корхона нуфузи ва фойдасини ўстириш учун барча зарур ишларни амалга ошириш.

Лойиҳани амалга ошириш календар режасига асосан бажарилади. 2003 йилнинг биринчи чораги мобайнида фирма яратилади ва давлат рўйхатидан ўтказилади, мос келувчи бино ижарага олинади, бозор ҳолати таҳлил қилинади ва бизнес ғояси ишлаб чиқилади. Бу даврда шунингдек, зарур асбоб-ускуналар харид қилиниб, ходимларни ўқитиш амалга оширилади. Компьютер клуби ўз ишини йилнинг иккинчи чорагидан бошлайди.

### 7.3. Кадрлар сиёсати ва персонални бошқариш

Бошқарувни ташкил қилиш, ташкилий тузилмани танлаш, бошқарув аппарати ва органларини шакллантириш – буларнинг барчаси корхонанинг кадрлар сиёсатига, кадрлар салоҳиятидан унумли фойдаланишга боғлиқ.

Кўплаб хорижий фирма ва компаниялар тажрибаси шуни кўрсатадики, тадбиркорлик лойиҳаларини амалга оширишдаги муваффақиятсизликларнинг 90%дан кўпи бошқарувнинг кўнгилдагидек ташкил этилмаслиги, бошқарув қонун-қоидаларидан беҳабарлик, ходимларнинг тўлиқ эмаслиги ва касб малакасининг пастлиги раҳбариятда бошқарув тажрибасининг камлигига бориб тақалади. Афсуски, бу камчиликлар мамлакатимздаги корхоналар орасида ҳам кўп учрамоқда. Бунга далил сифатида корхоналарнинг банкротга учраши, айрим бизнес-лойиҳаларнинг экспертиза ва танлов пайтида рад қилинишини кўрсатиш мумкин. Шу сабабли кадрлар ва ходимларни бошқариш масаласи доимо корхона раҳбарияти нигоҳи остида бўлиши ҳамда ишлаб чиқаришни режалаштириш ва бошқаришда мунтазам ҳисобга олиб борилиши лозим.

**Кадрлар салоҳияти** бу корхона ходимларининг корхона олдида турган ишлаб чиқариш, фан-техника ва ижтимоий-иқтисодий вазифаларни ўз вақтида ва самарали бажари имконияти ва юир вақтнинг ўзида қобилияти ҳамдир.

Кадрлар салоҳиятидан самарали фойдаланиш корхонадан кадрлар билан шиллаш бўйича бир қатор тадбирларни талаб қилади, хусусан:

- кадрларни танлаш ва жойлаштириш мезон ва усулларини такомиллаштириш;
- ходимлар малакасини ошириш мақсадида кадрларни аттестациядан ўқазиш;
- ходимларни корхонада ушлаб қолиш мақсадида иш ҳақи структурасини яхшилаш ҳамда рағбатлантириш ва имтиёзлар тизимини ривожлантириш;
- меҳнат фаолиятини баҳолаш мезонларини ишлаб чиқиш ва уларни ходимларга етказиш;
- меҳнат шароитлари ва ташкил этилишини такомиллаштириш, яъни меҳнат сифатини ошириш;
- бошқа лавозимга ёки иш жойига ўтказиш йўли билан ходимлар тажрибасини ошириш;
- жамоадаги ижтимоий-психологик муҳитни такомиллаштириш.

**Ходимларни бошқариш** бу меҳнат вазифаларини бажаришда ходимларнинг ақлий ва жисмоний қобилиятларидан энг унумли фойдаланиш мақсадида уларнинг манфаатлари, хулқ-атвори ва фаолиятига таъсир кўрсатиш тамойиллари, усуллари, шакллари ва воситалари йиғиндисидир.

Ходимларни бошқариш менежментнинг таркибий қисмларидан бири бўлиб, одамлар ва уларнинг корхона ичидаги муносабатлари билан боғлиқ бўлади. Айнан одамлар ижод, ташаббус ҳамда корхона олдида турган вазифаларни бажариш учун куч-қувват манбаидир. Одамларни бошқаришсиз ҳеч бир ташкилот ҳақ у катта ёки кичик бўсин, ҳоҳ у тижорат ёки нотижорат ташкилот бўлсин, фаолият кўрсата олмайди. Ходимларни бошқариш улар ўртасидаги муносабатларда адолат ва самарадорликка эришишга йўналтирилади. Ходимларни бошқариш схема шаклида 7.4-жадвалда акс эттирилган.

7.4-жадвал

### Ходимларни бошқариш схемаси

Кадрлар сиёсатини ишлаб чиқиш ва ўтказиш	Меҳнатга ҳақ тўлаш ва рағбатлантириш	Гуруҳ бошқаруви, жамоадаги ва касабаяушмаси билан муносабатлар	Бошқарувнинг ижтимоий-психологик жиҳатлари
Ходимларга эҳтиёжни аниқлаш ва улар сонини режалаштириш	Меҳнатга ҳақ тўлаш шакллари	Ходимларни қуйи даражада бошқарувга жалб қилиш	Ходимлар меҳнат мотивацияси ва ижодий ташаббуслари
Ходимларни ёллаш, танлаш ва ишдан бўшатиш шартлари	Меҳнат маҳсулдорлигини ошириш йўллари	Ишчи бригадалар ва уларнинг вазифалари	Корxonанинг ташкилий маданияти
Ходимлар малакасини ошириш ва ўқитиш	Меҳнатга ҳақ тўлашнинг рағбатлантириш тизими	Жамоадаги ўзаро муносабатлар	Бошқарув ходимларининг корхона фаолиятига кўрсатувчи

			таъсири
Корхона ходимлари ва хизматлари ишини баҳолаш		Касаба уюшмалари билан ўзаро муносабатлар	

Ходимларни бошқариш соҳасида асосий вазифа ҳар бир ходимнинг ўз имкониятларини амалга ошириши учун шароит яратиш ва ҳар бир муайян ҳолатда инсонга унинг олдида турган вазифаларни ҳал қилиш мақсадида зарур таъсир кўрсатиш воситаларини топиш.

Ходимларни бошқариш тузилмаси қуйидаги фаолият йўналишларини камраб олади:

- ресурсларни режалаштириш: инсон ресурсларига бўлган эҳтиёж ва бунинг учун зарур харажатларни қондириш;
- ходимларни тўплаш: барча лавозимлар бўйича потенциал номзодлар захирасини яратиш;
- танлов: номзодларнинг иш жойига мослигини баҳолаш, улардан энг яхшиларини захирадан танлаб олиш;
- ойлик иш ҳақи ва товон пулларини белгилаш: ходимларни жалб қилиш, ишга ёллаш ва ушлаб қолиш мақсадида ойлик иш ҳақи ва имтиёзлар тузилмасини ишлаб чиқиш;
- касб йўналиши ва мослашув: ёлланган ходимларни ташкилот ва бўлинмаларга киритиш, ходимларда ташкилот улардан нимани кутаётганлиги ва қандай меҳнат муносиб баҳоланишини тушунтириш;
- ўқитиш: ходимлар меҳнати самарадорлигини ошириш мақсадида уларни ўқитиш дастурларини ишлаб чиқиш;
- меҳнат фаолиятини баҳолаш: меҳнат фаолиятини баҳолаш услубиятини ишлаб чиқиш ва уни ходимларга етказиш;
- лавозимини ошириш, пасайтириш, бошқа ишга ўтказиш, ишдан бўшатиш: ходимларни жавобгарлик дарааси кўпроқ ёки камроқ юўлган бошқа ишга ўтказиш усулларини ишлаб чиқиш, бошқа лавозим ёки иш жойига ўтказиш йўли билан ходимлар тажрибасини ошириш, шунингдек, ишга ёллаш шартномасини бекор қилиш;
- раҳбар кадрларни тайёрлаш, хизмат пиллапояси бўйлаб характаланишни бошқариш: раҳбар кадрлар қобилиятларини ривожлантириш ва самарадорлигини оширишга қаратилган дастурларни ишлаб чиқиш;
- мешнат муносабатлари: жамоа шартномлари имзолаш бўйича музокаралар олиб бориш;
- бандлик: бандлик бўйича бир хил имкониятларни таъминлаш дастурини ишлаб чиқиш (бандлик кафолатлари ва кадрлар

қўнимсизлигининг патслиги иқтисодий самарани оширади ва ходимларни меҳнат самарадорлигини оширишга ундайди).

Меҳнат ресурсларини тўғри режалаштириш ходимларни бошқаришда катта аҳамиятга эга бўлиб, тоифа бўйича ишчи ва хизматчиларга юўлган эҳтиёжни аниқлаш йўли билан амалга оширилади. Бу мақсадда ишчи ва хизматчилар учун алоҳида штатлар рўйхати тузилади.

Кадрларга эҳтиёж жорий ва истиқболли бўлиши мумкин.

Жорий эҳтиёж бир йил муддатга, истиқболли эҳтиёж эса бир йилдан ортиқ муддатга белгиланади. режалаштириш жараёни босқичма-босқич амалга оширилади: мавжуд ресурсларни баҳолаш, бўлажак эҳтиёжларни баҳолаш ва уларни қондириш бўйича дастурлар ишлаб чиқиш.

Кадрлар таркиби сонини режалаштиришда ишлаб чиқариш дастури, штатлар рўйхати, ташкилий-техник тадбирлар режаси, кадрлар ҳарактланиши, уларнинг қўнимсизлиги, иш вақти бюджети бошланғич маълумотлар ҳисобланади.

Кадрларга эҳтиёжни режалаштиришда тирик меҳнат кучи харажатларини камайтириш мақсадида ишлаб турган ходимларнинг оптимал сонини ўрнатишга интилиш лозим.

Ходимлар сонини аниқлаш иш ўринлари сони, хизмат кўрсатиш нормлари ва меҳнат сиғими каби турли усуллар ёрдамида аниқланади.

Меҳнат сиғими бўйича ҳисоб-китоб усули асосан нормалаштирилиувчи ишларда қўлланади. Бу усул ёрдамида корхонадаги ходимлар сони структура бўлинмалари бўйича, касби ва малакаси бўйича аниқланади.

Бу катталик белгиланган иш ҳажмининг (норма-соатда) битта ишловчининг соатда ва норма бажариш фоизида фойдали (самарали) вақтга нисбати билан топилади. Асосий ишчи ходимлар сони шунингдек, натурал қийматда акс эттирилувчи режадаги маҳсулот ҳажмининг ҳар бир ишчига режадаги маҳсулот нормасига бўлиш йўли билан ҳам топилиши мумкин.

Белгиланган технологияларда зарур бўлган ходимлар сони маҳсулотт чиқариш дастури, ишчи вақтини сарфлаш нормаси ва белгиланган иш вақти ёрдамида аниқланади:

$$H_q = \sum P_k H_{ik} / F_p$$

бу ерда

$N_q$  – мазкур гуруҳдаги ходимлар сони нормаси;

$P_k$  - ҳар бир маҳсулот тури бўйича режадаги йиллик ҳажм;

$N_{tk}$  – мазкур гуруҳдаги ходимларнинг битта маҳсулот бирлигига сарфловчи вақт харажатлари нормаси;

$F_p$  - мазкур гуруҳдаги битта ходимнинг йиллик вақт фонди.

Цехлардаги ишчилар сони вақт нормаси (битта тайёр маҳсулотга) бўйича ёки ишлаб чиқариш нормаси бўйича ҳар бир ходимнинг белгиланган вақт ичида сарфлаган иш вақти фонди ва ишлаб чиқариш дастурини ҳисобга олган ҳолда аниқланиши мумкин.

Ишчилар сони вақт нормаси бўйича қуйидагича аниқланади:

$$N_1 = \sum (n \times t) / (3600 \times T)$$

бу ерда

$N_1$  – бевосита ишлаб чиқаришда банд бўлган ходимлар сони, киши;

$n$  – бир кунда тайёрланувчи маҳсулот сони (натурал кўрсаткичда);

$t$  – битта маҳсулот бирлигини тайёрлаш учун вақт нормаси;

$T$  – иш куни узунлиги.

Ишчилар сони ишлаб чиқариш нормаси бўйича қуйидаги формулага асосан аниқланади:

$$N_1 = \sum (n / H_b),$$

бу ерда:

$n$  — бир кунда тайёрланувчи маҳсулот ёки қайта ишланувчи хом-ашё;

$H_b$  – битта ходимнинг бир кунда ишлаб чиқариш нормаси.

Вақтинчалик ишловчи ходимлар сони мазкур тармоқ ёки корхона учун белгиланган хизмат кўрсатиш нормалари ёки иш жойлари сони асосида аниқланади.

Муҳандис-техник ходимлар ва хизматчиларга эҳтиёжни ҳисоблаш корхона фаолияти мақсадлари, уни бошқариш структураси ва схемаси, ходимлар ва уларнинг гуруҳлари лавозими бўйича бажариши лозим бўлган вазифалар рўйхати, корхонанинг ўзида ишлаб чиқилган тармоқ бўйича норма ва нормативлардан келиб чиққан ҳолда аниқланади.

## **қисқача хулосалар**

Бизнес-режанинг «Ташкилий режа ва менежмент» бўлими бизнес-режани амалга оширишни бошқариш усуллари тавсифномаси, корхона бошқарувининг ташкилий тузилмаси, бажарувчиларнинг ҳатти-ҳаракатларини мувофиқлаштириш усуллари қамраб олади.

Корхона бошқарувининг ташкилий тузилмаси турлича бошқарув функцияларини бажарувчи, ўзаро боғлиқ бўлган ва бир-бирига бўёсинувчи бирлик ва бўғинлар таркибини ифодалайди.

Ходимларни бошқариш корхона айна пайтда эҳтиёж сезаётган ёки келажакда эҳтиёж падо бўлиши мумкин бўлган ходимлар, корхона учун зарур бўлган мутахассислар сонини, ишга қабул қилиш ва меҳнатга ҳақ тўлаш шартлари ҳамда кадрлар тайёрлаш сиёсатини аниқлашни назарда тутди.

## **Мавзу бўйича таянч иборалар**

ташкилий режа ва менежмент, ишбилармонлик жадвали, реклама, бошқарувни ташкил этиш, кадрлар сиёсати ва персонални бошқариш, ташкилий қарорлар ва бошқарув, ташкилий тузилма, кадрлар салоҳияти, ходимларни бошқариш, кадрларга эҳтиёж.

## **Муҳокама ва назорат саволлари**

1. Корхонанинг ташкилий тузилмаси ва коммуникация алоқалар тизими нима?
2. Ташкилий-ҳуқуқий шакл ва мулкчилик шаклининг бизнесга мос келиши, таклиф этилувчи ўзгартиришлар.
3. Ишчи кучига эҳтиёж, ишга ёллаш тизими ва фойдада иштирок этиш.
4. Бизнесни профессионал қўллаб-қувватлаш манбалари (ҳуқуқий, банк, суғурта компаниялар, тадбиркорлар иттифоқлари).
5. Ходимларни бошқариш тузилмаси қандай фаолият йўналишларини қамраб олади?

6. Кадрлар салоҳиятини тушунтириб беринг.
7. Бошқарув командасини қандай тамойилларга риоя қилиш зарур?
8. Бизнес-режадаги ишбилармонлик жадвали нималарни назарда тутади?

### **Тавсия этиладиган адабиётлар**

1. Абдуллаев А., Айбешев Х. Бизнес режа. Ўқув қўлланма. Т.: «Молия», 2002. - 72бет.
2. М. Шарифхўжаев, Ё. Абдуллаев. Менежмент. Дарслик. Т.: «Ўқитувчи» 2001. - 702 бет.
3. Махмудов Э.Х., Исаков М.Ю. Бизнес планирование. (Учебное пособие). – Т.: Издательство Литературного фонда Союза писателей Узбекистана, 2004.
4. Управление организацией: Учебник / Под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А.Саломатина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2003. - 716 с.
5. Сухова Л.Ф., Чернова Н.А. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия: Учебное пособие. – М.: Финансў и статистика, 2001. – 160 с.: ил.
6. Махмудов Э.Х. Экономика предприятия: учеб. пособ. –Т.: Издательство Литературного фонда Союза писателей Узбекистана, 2004. – 207 с.
7. Югай Л.П. Бизнес-планирование (текстў лекций). – Т.: ТГЭУ, 2000. – 47 с.
8. “Создайте свое Дело или что необходимо знать предпринимателю” г. Ташкент, ЮНИДО, Проект “Бизнес-консультативнўй центр”, 2003г.
9. Экономика предприятия: Учебник для вузов / Под ред. Проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара. – 3-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2002. – 718 С.
10. Пивоваров К.В. Бизнес-планирование. 3-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2002. – 164 с.
11. Стратегический менеджмент: стратегический менеджмент и предпринимательство: Возможности для будущего процветания. Ханс Виссема ./ Пер. с англ.- М: Издательство “Финпресс”, 2000.- 272с.
12. Энциклопедия менеджера. Библиотека успешного менеджера. Филип Холден. Пер.с англ.- М: НИРРО, 2003.- 340с.
13. Организационнўй менеджмент. А. Н. Мардос, О.А Мардос.- СПб.: Питер, 2003.- 336с.
14. <http://www.konti.ru>
15. <http://www.rosinf.ru>

## **8-мавзу. МОЛИЯВИЙ РЕЖА**

### **Режа**

#### **8.1. Молиявий режанинг моҳияти ва асосий бўлимлари**

#### **8.2. Даромад ва харажатларни режалаштириш**

#### **8.3. Корхонанинг пул оқимлари, башорат баланси ва зарар кўрмаслигини режалаштириш**

### **8.1. Молиявий режанинг моҳияти ва асосий бўлимлари**

Молиявий режа бу бизнес-режанинг яқунловчи бўлиmidир. Унда корхона фаолиятини молиявий таъминлаш ҳамда мавжуд пул маблағларидан жорий молиявий ахборот ва маҳсулотни сотиш башоратлари асосида энг самарали фойдаланиш масалалари кўриб чиқилади. Айнан шу бўлимдан инвестор ёки банкир олиш мумкин бўлган фойда миқдорини, қарз берувчи эса потенциал қарз олувчининг ўз қарзини қайтариш учун имкониятларини билиб олиши мумкин.

Молиявий режа бизнес-режанинг бошқа бўлимларида келтирилган маълумотларга зид келмаслиги лозим. Молиявий режадаги номуносивбликлар молиячи мутахассисларнинг малакаси камлигидан ёки инсофсизлигидан дарак беради. Сифатсиз тайёрланган молиявий режа нотўғри хулоса чиқаришга ва корхона нуфузини пасайтиришга олиб келиши мумкин.

Молиявий режада молиявий ресурслар (капитал) қачон, қаерда ва нима мақсадда сарфланиши, бизнеснинг муваффақиятга эришиши учун корхона олдида турган мақсадлар батафсил ёритиб берилади. Бошқача қилиб айтганда, нафақат харажатлар, балки даромадлар ва бошқа молиявий тушумлар ҳам кўрсатилади. Кўнгилдагидек тайёрланган молиявий режадан корхона заҳираларини баҳолаш ва жалб қилиш, молиявий барқарорликни мустаҳкамлаш учун фойдаланиш мумкин.

Молиявий режанинг шунга ўхшаш анъанавий режалардан фарқи шундаки, у бозордаги вазиятни тўлалигича, хусусан, фонд бозоридаги вазиятни ҳисобга олишни мажбурий қилиб қўйган. Молиявий муҳит тўғрисидаги тўлиқ ахборотнинг мавжудлиги бизнесда муваффақиятга эришиш учун муҳим замин тайёрлайди. Бироқ, айрим ахборотлар

етишмаётган, бозор тўлиқ ўрганиб чиқилмаган, ишлаб чиқариш масалаларининг баъзилдари охиригача ишлаб чиқилмаган бўлса ҳам, бизнес-режанинг ушбу бўлими барибир тузилиши лозим. Бунда энг катта маъно молиявий кўрсаткичларда бўлиб, улар корхонанинг молиявий барқарорлигини таъминлайди ва бир вақтнинг ўзида инвестиция, ташкилий ва техник қарорлар қабул қилишда фойдали бўлади.

Молиявий режа бизнес-режа билан бир хил муддатга ишлаб чиқилади. мавжуд тавсияларга кўра уни 3-5 йилга ишлаб чиқиш маъқул. Бунда дастлабки йил учун режадаги кўрсаткичларни ойлар бўйича, иккинчи йил учун чорақлар бўйича ва кейинги давр учун йиллар бўйича гуруҳларга тақсимлаш мақсадга мувофиқ. Масалан, хорижий амалиётда бизнеснинг биринчи йили (янги корхона очилиши) учун молиявий режа кўрсаткичлари ойлар бўйича ва зар бир модда бўйича тақисмланади. Кейинги йилларда бу кўрсаткичлар йил давомида маҳсулотни сотиш ҳажми фоизларида аниқланади. Бундай режанинг умумий схемаси қуйида шаклда бўлиши мумкин:

Бир йилда сотув ҳажми – 100

жумлада:

ишлаб чиқариш харажатлари – 50

юклама харажатавр ва фойда – 50

шундан:

а) маркетинг ва сотув харажатлари – 15

б) жорий қилиш харажатлари - 10

в) бошқарув харажатлари – 8

г) солиқлар тўланмасдан олдинги фойда – 17

Молиявий режанинг муҳим қисми бу маҳсулотни сотиш ҳажмининг башорат қилинишидир. У корхона ўз товар ва хизматлари билан «эгаллаб» олишни мўлжаллаган бозор улуши ҳақида тасаввурга эга бўлишга ёрдам бериши лозим. Шу сабабли башоартни биринчидан, ишлаб чиқариш режаси билан, иккинчидан, маркетинг режаси билан боғлаш талаб қилинади. Бозорни жиддий равишда таҳлил қилмасдан утриб маҳсулот сотувини башорат қилиш у ёқда турсин, ишлаб чиқариш ҳажмини режалаштириш ҳам ўз аҳамиятини йўқотади.

Маҳсулотни сотиш ҳажми башоратлари одатда корхонанинг маркетинг хизмати томонидан ишлаб чиқилади. Мавжуд тавсияларга кўра у қуйидаги кўриниш ёки шаклда бўлиши лозим.

8.1-жадвал

Маҳсулотни сотиш ҳажми башоратлари

Кўрсаткичлар	Йил чораклари								йилда	
	I		II		III		IV			
	Режа	Амал	Режа	Амал	Режа	Амал	Режа	Амал	Режа	Амал
1. Корхонанинг бозор салоҳияти (мазкур товар бирлигида)										
2. Товар нархи										
3. Сотиш ҳажми										
4. Мазкур товар бўйича тармоқ бозорида корхона улуши										
5. Корхона чиқарган маҳсулотлар сони										
6. Режадаги йил бошида корхона омборларида мазкур товар захиралари										

Одатда бундай башоратлар 3-5 йилга қилинади. бунинг сабаби шундаки, дастлабки йилда корхона бозордаги вазият билан таниш бўлиб, ким учун маҳсулот ишлаб чиқаришни билади, кейинги йиллар учун эса биз буни таъкидлай олмаймиз. Шу сабабли иккинчи йилдан бошлаб корхона башорат баҳолари билан шуғулланишга мажбур бўлади.

Бозор салоҳияти корхонада ишлаб чиқарилаётган мазкур товарга тармоқ бозоридаги талаб катталигини кўрсатади. У корхонанинг тармоқ бозоридаги улушини белгилаб беради. Сотув ҳажми кўрсаткичи корхонанинг

ишлаб чиқариш имкониятлари ва бозор талаби ўртасидаги муносабатлар натижасини тавсифлайди. Сотув ҳажми талабдан ортмайди.

Башоратларни ҳақиқий кўрсаткичларга яқинлаштириш муҳим аҳамият касб этади. Гап шундаки, молиявий режанинг бошқа бўлимлари айнан шу муҳим элементга асосланади.

Молиявий режанинг иккинчи муҳим бўлими тушум ва харажатлар баланси бўлиб, у бизнес-лойиҳанинг (янги иш, янги ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва ҳоказо) фойда келтириши ёки келтирмаслиги, шунингдек, бундай ишлаб чиқаришни ташкил қилиш учун қанча маблағ киритиш лозимлигини баҳолашга имкон беради. Одатда у корxonанинг даромад ва харажатлари баланси деб аталади.

Мазкур бўлимнинг асосий вазифаси пул маблағлари келиб тушиши ва сарфланишининг синхронлигини, яъни ҳар бир лаҳза учун ушбу маблағларнинг етарли эканлигини аниқлаши лозим. Бошқача қилиб айтганда, корхона активларини тезда пул маблағларига айлантириш ёки лойиҳани амалга оширишда унинг ликвидлигини англатади. Шунини эътиборга олиш керакки, ликвидлик билан боғлиқ муаммо бозор муносабатлари шароитларида корхоналарнинг муваффақиятсизликка учраши сабабларидан бири ҳисобланади.

Умуман даромад ва харажатлар баланси корхонанинг қанчалик самарали ишлашини тавсифлайди. У шунингдек, солиқ декларацияларини тўлдириш, кредит сўраб мурожаат қилишда ҳам катта аҳамиятга эга.

Молиявий режанинг ушбу бўлимида акс эттирилувчи асосий кўрсаткичлар қаторига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- 1) мазкур товарни сотишдан келиб тушган пул тушуми;
- 2) маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш билан боғлиқ ишлаб чиқариш харажатлари (моддалар бўйича);
- 3) умумишлаб чиқариш харажатлари (моддалар бўйича);
- 4) солиқ ва бошқа тўловлар;
- 5) соф фойда;
- 6) корхона тасарруфида қолувчи фойда.

Юқорида кўрсатиб ўтилган кўрсаткичларни ҳисоблаш механизми уларга хос бўлган ишлаб чиқаришнинг молиявий жиҳатларини акс эттириб, худди ишлаб чиқаришни режалаштириш, маҳсулотни сотиш ҳажмини башорат қилиш ва бизнес-режанинг бошқа бўлимларидаги каби алоҳида жадвалда умумлаштирилади. Йиллик даромад ва харажатлар баланси чораклар бўйича, чораклик баланс эса ойлар бўйича тақсимлаган ҳолда

ишлаб чиқилади. Кейинги ҳолатда ушбу ҳужжат оператив характерга эга бўлиб, корхонанинг молиявий фаолиятини тартибга солишга хизмат қилади.

Даромад ва харажатлар баланси билан бирга корхона йил боши ва охирида актив ва пасивлар йиғма балансини туради. Бу ҳужжатнинг аҳамияти даромад ва харажатлар баланси каби юқори бўлмасда, бизнес-режани усиз тузиш мумкин эмас. Ушбу баланс тижорат банки мутахассислари томонидан турли типда киритиш мўлжалланаётган активларнинг мақсадга мувофиқлиги ва уларнинг суммасини баҳолаш, шунингдек, ушбу активларни қайси пасивлар ҳисобига молиялаштиришга ҳаракат қилинаётганлигини аниқлаш нуқтаи назаридан синчиклаб ўрганадилар. Корхонанинг ўзи учун бу ҳужжат молиялаштириш манбаларининг ишончилиги ва сифатлилигини баҳолаш учун керак бўлади.

## **8.2. Даромад ва харажатларни режалаштириш**

Даромад ва харажатларни режалаштириш бизнес-режани ишлаб чиқишнинг яқунловчи босқичи бўлиб, у иқтисодий ривожланиш тенденциялари, бозор, инфляция, ишлаб чиқариш технологияси ва ташкил қилинишида рўй бериши мумкин бўлган ўзгаришлар тенденциялари ҳақидаги объектив ахборотларга таяниши лозим. Корхоналарни давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш жараёни бораётган, корхоналар мустақил хўжалик субъектларига айланиб, ишлаб чиқаришдаги «плюс» ва «минус»лар учун ўзлари тўлиқ жавоб бераётган ҳозирги шароитларда даромад ва харажатлар кўрсаткичларини аниқлаш объектив заруратга айланиб бормоқда.

Бироқ даромад ва харажатлар режаси – молиявий режалаштиришнинг материаллашган натижалари – бозордан олдинги иқтисодиётда хўжалик шароитларида ҳам мавжуд бўлган. У бизнес-режадаги каби, техник-молиявий-саноат режаларида ҳам якуний бўлим ҳисобланган. Ҳозирги ва илгари амал қилган ҳужжатлар ўртасида фарқ шундаки, илгари даромад ва харажатлар давлатга тегишли бўлган бўлса, ҳозирги кунда уларнинг барчаси корхона эгаси қўлидадир. Айнан у биринчи навбатда корхонанинг зарар кўрмасдан ишлаши, сарфланган харажатлар фойда келтириши, ишлаб чиқаришнинг ретабеллик даражаси юқори бўлишидан манфаатдор бўлади.

Даромад ва харажатлар режасида корхонани молиялаштириш

натижалари фаолият турлари бўйича фойдалилик нуқтаи назаридан келтирилади. Унда корхонанинг режадаги давр учун даромад ва харажатларининг ҳисоб-китоб баҳоси берилди. Молиявий натижалар ва харажатлар моддаларини режалаштириш 1999 йил 5 февралда тасдиқланган «Молиявий натижаларни шакллантириш тартиби ва маҳсулот (иш, хизмат) ишлаб чиқариш ва сотиш харажатлари таркиби тўғрисидаги Низом»<sup>10</sup> га асосан амалга оширилади.

Ушбу қоидалар маҳсулот (иш, хизмат) ишлаб чиқариш ва сотиш харажатларини аниқлашнинг ягона методолгик асослари ва корхонанинг молиявий натижаларини шакллантириш тартибини белгилаб беради.

Унда харажатлар гуруҳланиб, молиявий натижаларни шакллантиришнинг асосий қоидадари келтирилади.

Корхона фаолиятининг молиявий натижалари қуйидаги фойда кўрсаткичлари билан тавсифланади:

6. *Маҳсулотни сотишдан олинувчи ялпи фойда*, маҳсулот сотишдан келиб тушган соф тушум билан сотилган маҳсулотнинг ишлаб чиқариш таннархи ўртасидаги фарқ сифатида аниқланади:

$$\text{ЯФ} = \text{ССТ} - \text{ИТ},$$

бу ерда

ЯФ – ялпи фойда;

ССТ – сотишдан келиб тушувчи соф тушум;

ИТ – сотилган маҳсулотнинг ишлаб чиқариш таннархи;

7. *Асосий фаолиятдан кўрилган фойда* - маҳсулот сотишдан олинувчи ялпи фойда билан вақт харажатлари ўртасидаги фарқ сифатида плюс бошқа даромадлар ва минус асосий фаолиятнинг бошқа харажатлари:

$$\text{АФФ} = \text{ЯФ} - \text{ДХ} \text{ қ } \text{БД} - \text{БЗ},$$

бу ерда

АФФ – асосий фаолиятдан олинган фойда;

---

<sup>10</sup> «Молиявий натижаларни шакллантириш тартиби ва маҳсулот (иш, хизмат) ишлаб чиқариш ва сотиш харажатлари таркиби тўғрисидаги Низом» 1999 йил 5 феврал

ДХ – давр харажатлари;

БД – асосий фаолиятнинг бошқа даромадлари;

БЗ - асосий фаолиятдан кўрилган бошқа зарарлар;

8. *Умумхўжалик фаолияти натижасидан фойда (ёки зарар),* куйидагича ҳисобланади: асосий фаолиятдан олинувчи миқдори плус даромадлар минус молиявий фаолият бўйича харажатлар.

$$УФ = АФФ \text{ қ } МД - МХ,$$

бу ерда

УФ- умумхўжалик фаолияти натижасидаги фойда;

МД – молиявий фаолият даромадлари;

МХ - молиявий фаолият харажатлари;

9. *Солиқ тўланмасдан олдинги фойда,* умумхўжалик фаолиятидан олинувчи фойда плус фавқулодда фойда минус фавқулодда харажатлар сифатида аниқланади.

$$СТФ = УФ \text{ қ } ФП - ФЗ,$$

бу ерда

СТФ - солиқ тўланмасдан олдинги фойда;

ФП - фавқулодда вазиятларда олинган фойда;

ФЗ - фавқулодда вазиятларда кўрилган зарар;

10. *Йиллик соф фойда,* солиқлар тўлангандан сўнг хўжалик субъекти тасарруфида қолади, солиқ тўланмасдан олдинги фойдадан даромад (фойда) солиғи ҳамда қонунчиликда белгиланган бошқа солиқ ва мажбурий тўловларни чиқариб ташлаш йўли билан топилади:

$$СФ = СТФ - ДС - БС,$$

бу ерда

СФ – соф фойда;

ДС – даромад (фойда) солиғи;

БС – бошқа солиқ ва тўловлар.

Низомга кўра барча харажатлар қуйидаги гуруҳларга тақсимланади:

маҳсулотнинг ишлаб чиқариш таннархига киритилувчи харажатлар:

а) бевосита ва билвосита моддий харажатлар;

б) бевосита ва билвосита меҳнат харажатлари;

в) бошқа бевосита ва билвосита харажатлар, жумладан, ишлаб чиқариш характеридаги юклама харажатлари;

ишлаб чиқариш таннархига киритилмаган, бироқ давр харажатлари таркибига киритилувчи харажатлар, асосий фаолиятдан олинувчи фойдани аниқлашда ҳисобга олинади:

а) сотиш харажатлари;

б) бошқарув харажатлари (маъмурий харажатлар);

в) бошқа операцион харажатлари;

хўжалик субъектининг молиявий фаолияти бўйича харажатлар, унинг умумхўжалик фаолиятида олувчи фойда ёки зарарини аниқлашда ҳисобга олинади:

а) фоизлар бўйича харажатлар;

б) хорижий валюталар билан операцияларда валюта курсидаги салбий арқлар;

в) қимматли қоғозларга киритилган маблағларнинг қайта баҳоланиши;

г) молиявий фаолият бўйича бошқа харажатлар;

фавқулодда харажатлар, даромад (фойда) солиғи тўланмасдан олдинги фойда ёки зарар миқдорини аниқлашда ҳисобга олинади.

Даромад ва харажатлар баланси қуйидаги кўринишга эна бўлади:

№	Кўрсаткич номи	Сумма (минг сўм)
1	2	3

<b>Даромадлар ва пул тушумлари</b>		
1	Маҳсулот, иш ва хизматларни сотишдан олинувчи фойда	
2	Бошқа активларни, хусусан, моддий заҳира ва номоддий активларни сотишдан олинувчи фойда	
3	Асосий воситаларни сотишдан олинувчи фойда	
4	Бошқа корхоналардаги улушлардан олинувчи фойда	
5	Акция, облигация ва бошқа қимматли қоғозлардан олинувчи фойда	
6	Валюта курсидаги фарқлар, ким ошди савдоларида валюта сотиш ёки сотиб олишдан олинувчи даромад	
7	Асосий воситаларни тўлиқ тиклаш учун амортизация ажратмалари	
8	Узоқ муддатли банк ссудалари	
9	Лизинг бўйича мулк қийматидан юқори ижара тўлови	
10	Айланма воситаларнинг ўсишига ссуда	
11	Бошқа даромадлар ва пул тушумлари	
	Жами даромадлар ва пул тушумлари	
<b>Харажатлар ва пул ажратмалари</b>		
1	Фойда солиғи	
2	Мулк солиғи	
3	Акциядорларга берилувчи дивидендлар	
4	Капитал қўйилмалар (узоқ муддатли инвестиция)	
5	Узоқ муддатли молиявий қўйилмалар	
6	Узоқ муддатли ссудалар ва улар бўйича фоизларнинг тўланиши	

7	Айланма воситаларнинг ўсиши	
8	Айланма воситаларнинг ўсишига берилувчи ссудаларнинг тўланиши	
9	Товарларни арзонлаштириш	
10	Умидсиз қарзларни тўлаш заҳираси	
11	Жамғарма фонлига ажратмалар	
12	ИИТКИ фондига ажратмалар	
13	Ижтимоий эҳтиёжларга йўналтирилувчи маблағлар фондига ажратмалар	
14	Моддий ёрдам фондига ажратмалар	
15	Суғурта (заҳира) фонди	
16	Бошқа харажат ва ажратмалар	
	Жами харажат ва ажратмалар	

*Мисол (давоми). Инвестиция лойиҳасидан фойдаланган ҳолда «Star» компьютер клубига мазкур лойиҳани амалга ошириш учун 14000 минг сўм керак бўлади. Бу пуллар асбоб-ускуналар харид қилиш ва 11-жадвалда келтирилган турли хил хизматлар учун тўлашга сарфланади.*

*11-жадвал.*

*Молиялаштириш манбалари ва инвестицияларга эҳтиёжни ҳисоблаш*

<i>қурилмалар номи</i>	<i>сони</i>	<i>1 тасининг нархи, минг сўм</i>	<i>Ҳаммаси нархи, минг сўм</i>
<i>Компьютерлар</i>	<i>10</i>	<i>1223</i>	<i>12230</i>
<i>Столлар</i>	<i>10</i>	<i>80</i>	<i>800</i>
<i>Стуллар</i>	<i>10</i>	<i>40</i>	<i>400</i>

<i>Сканер</i>	<i>1</i>	<i>110</i>	<i>110</i>
<i>Принтер</i>	<i>1</i>	<i>160</i>	<i>160</i>
<i>Жами асосий фондлар</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>13700</i>
<i>Транспорт харажатлари</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>200</i>
<i>қурилмаларни ўрнатиши, ходимларни ўқитиши</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>100</i>
<i>Жами инвестициялар</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>14000</i>
<i>Шундан кредит ресурслари</i>			<i>2000</i>
<i>Корхонанинг ўз ресурслари</i>			<i>12000</i>

*Лойиҳани молиялаштириши манбаси йилига 80% ставкада 21 ойга (1,75 йилга) кредит ажратувчи банк бўлиши мумкин. Кредитни тўлаш ҳар бир чорак охирида бир хил миқдорда пул тўлаш йўли билан амалга оширилади.*

*Кредитни тўлаш тартиби 12-13-жадвалларда акс эттирилган.*

*12-жадвал.*

*Кредитни тўлаш графиги, минг сўм*

<i>ой</i>	<i>Кредит суммаси</i>	<i>Кредитни тўлаш</i>			
		<i>2011 йил</i>		<i>2012 йил</i>	
		<i>асосий қарз</i>	<i>Фоишлар</i>	<i>асосий қарз</i>	<i>фоизлар</i>
<i>январь</i>					<i>76,2</i>
<i>февраль</i>					<i>76,2</i>

<i>март</i>	<i>2000</i>			<i>285,7</i>	<i>76,2</i>
<i>апрель</i>			<i>133,3</i>		<i>57,1</i>
<i>май</i>			<i>133,3</i>		<i>57,1</i>
<i>июнь</i>		<i>285,7</i>	<i>133,3</i>	<i>285,7</i>	<i>57,1</i>
<i>июль</i>			<i>114,2</i>		<i>38,1</i>
<i>август</i>			<i>114,2</i>		<i>38,1</i>
<i>сентябрь</i>		<i>285,7</i>	<i>114,2</i>	<i>285,7</i>	<i>38,1</i>
<i>октябрь</i>			<i>95,2</i>		<i>19,1</i>
<i>ноябрь</i>			<i>95,2</i>		<i>19,1</i>
<i>декабрь</i>		<i>285,7</i>	<i>95,2</i>	<i>285,8</i>	<i>19,1</i>
<i>Жами</i>	<i>2000</i>	<i>857,1</i>	<i>1028,1</i>	<i>1142,9</i>	<i>571,5</i>
<i>Тўланган кредит ҳажми -2000</i>			<i>Тўланган кредит ҳажми –1600</i>		

*13-жадвал.*

*қарз мажбуриятларини тўлашни ҳисоб-китоб қилиш, минг сўм*

<i>Кўрсаткичлар</i>	<i>Жами</i>	<i>2011 й</i>	<i>2012 й</i>
<i>Кредит миқдори</i>	<i>2000</i>		
<i>Йил бошига кредит бўйича қарзлар</i>		<i>2000</i>	
<i>Кредит учун ҳисобланган %</i>	<i>1600</i>		
<i>Тўланган %</i>		<i>1028,1</i>	<i>571,5</i>
<i>Асосий қарзни тўлаш</i>		<i>857,1</i>	<i>1142,9</i>
<i>Йил охирига кредит бўйича қарзлар</i>		<i>1142,9</i>	<i>0</i>
<i>Жами қарзга хизмат қилиш қиймати</i>		<i>1885,2</i>	<i>1714,4</i>

### **8.3. Корхонанинг пул оқимлари, башорат баланси ва зарар кўрмаслигини режалаштириш**

Пул маблағларининг ҳаракатланиш режаси нақд пулнинг шаклланиши ва четга чиқиши, шунингдек, корхонада қолган пул маблағлари динамикасини тавсифлайди. У молиявий менеджерга келгусидаги пул оқимларини баҳолаш, қолган пул маблағларини оптимал даражада ушлаб туриш ҳамда пулнинг ортиқчалиги ва тақчиллигининг олдини олишга имкон беради.

Пул оқимлари режаси одатда тўртта асосий бўлимдан иборат бўлади:

- пул тушумлари бўлими, давр бошидаги пул маблағлари қолдиғи, мижозлардан келиб тушувчи пул тушуми ва бошқа пул тушумларидан иборат;
- пул маблағлари харажатлари бўлими;
- пул маблағларининг ортиқчалиги ёки тақчиллиги бўлими (пул маблағларининг келиб тушиши ва сарфланиши ўртасидаги фарқ);
- қарз маблағлари ва уларни тўлаш батафсил баён қилинувчи бўлим.

Пул оқими режасидаги якуний рақам корхона фойдасини эмас, балки унинг пул маблағлари айланмаси сальдосини акс эттиради. Даромад ва харажатлар режасидан фарқли равишда, пул оқимлари режаси барча манбалардан амалда келиб тушувчи пул маблағларини, хусусан, маҳсулот (иш, хизмат) сотишдан келиб тушувчи тушумлар, акциялар ва корхонанинг бошқа активларини сотишдан келиб тушувчи тушумларни акс эттиради. Харажатларга келадиган бўлсак, пул оқимлари режасига амалда тўланувчи барча ааражатлар киритилади.

Молиявий режанинг кейинги асосий ҳужжати бу башорат баланси бўлиб, унинг асосий вазифаси режалаштириш ораликлари бўйича корхона мулкининг (активлар) ўзгариши ва унинг шаклланиш манбалари (пассивлар) динамикасини акс эттириш ҳисобланади. Башорат баланси йириклаштирилган шаклдаги буггалтерия балансининг анъанавий шаклида ҳисоблаб чиқилади.

Башорат баланси корхона учун кўнгилсиз натижалар келтириб чиқарувчи қарорларни аниқлаш, молиявий коэффициентларни ҳисоблаш ва молия бозори талаблари нуқтаи назаридан уларнинг даражасини баҳолаш,

келажакдаги молиявий манба ва мажбуриятлар структурасини ажратиб кўрсатишга имкон беради.

Молиявий режанинг, шунингдек, ҳар қандай тадбиркорлик лойиҳасининг якунловчи босқичи зарарсизлик нуқтасини таҳлил қилиш, яъни маҳсулотни сотишдан олинувчи даромад уни ишлаб чиқариш харажатларига тенг бўлувчи маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмини аниқлаш ҳисобланади.

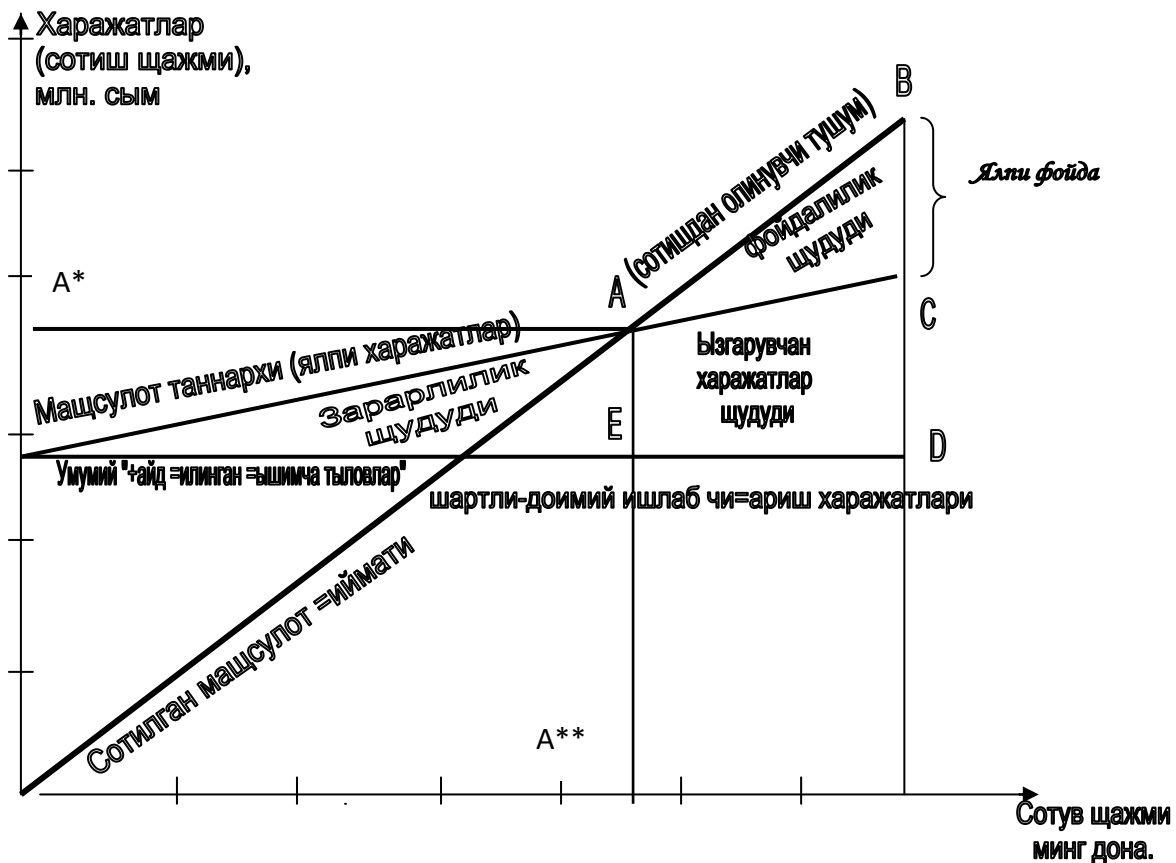
Зарарсизлик нуқтаси корхонанинг ишлаб чиқариш қувватларидан фойдаланишнинг маълум бир даражаси сифатида ифодаланиши ҳамда маҳсулотни сотиш нархининг ( $\Pi$ ) сотилган маҳсулотлар сони ( $X$ ) ва жами ишлаб чиқариш ҳажмининг доимий харажатлари миқдори ( $I_{\text{доим}}$ ) плус жами ўзгарувчан харажатлар ( $I_{\text{ўзг}}$ ) кўпайтирув сотилган маҳсулотлар сони ( $X$ ) кўринишида акс эттирилиши мумкин:

$$\Pi \times X = I_{\text{доим}} = I_{\text{ўзг}} \times X$$

Бундан келиб чиққан ҳолда зарарсизлик нуқтаси доимий ишлаб чиқариш ( $I_{\text{доим}}$ ) харажатларининг нарх ( $\Pi$ ) ва маҳсулот таннархининг ўзгарувчан ( $I_{\text{ўзг}}$ ) таркиби ўртасидаги фарққа нисбати сифатида аниқланади

$$X = I_{\text{доим}} / (\Pi - I_{\text{ўзг}})$$

Зарарсизлик нуқтасини график шаклида кўрсатиш ҳам мақсадна мувофиқ бўлиб, у корхона фойда олишни бошлайдиган ишлаб чиқариш ҳажмини (критик дастур) аниқлашга имкон беради. Графикни куриш учун доимий ва ўгарувчан харажатларни, сотув ҳажмини билиш зарур. Зарарсизлик нуқтаси графикда схема кўринишида бўлиб, ишлаб чиқариш ҳажми, сотув нархи ва маҳсулот таннархининг фойдага кўрсатувчи таъсирини акс эттиради. У қуйидаги кўринишга эга бўлиши мумкин.



8.1-расм. Зарарсизлик нуқтасини аниқлашнинг график усули.

(*A* – зарарсизлик нуқтаси – критик дастур, яъни кассада нақд пул тўплана бошлайдиган сотув ҳажми; *A\** - ишлаб чиқариш зарарсизлик

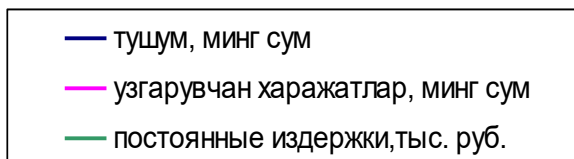
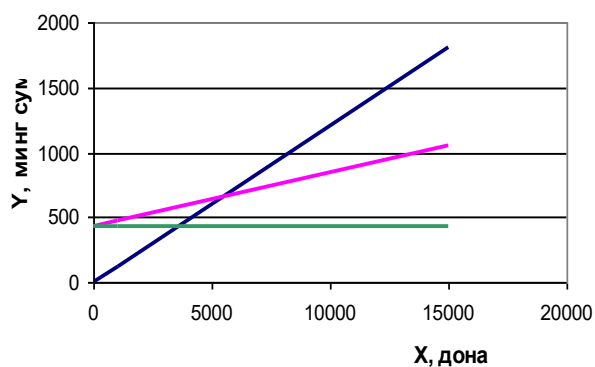
нуқтасига чиққандаги маҳсулот сотиш ҳажми;  $A^{**}$  - сотув ҳажмининг зарарсизлик катталиги).

Умуман олганда молиявий режанинг мақсади корхона (бизнес) салоҳиятини кўрсатиш ва молиявий ҳаёт лаёқатига эришиш графигини тақдим этишдир. Келгусида ундан корхонанинг молиявий ресурсларини оператив бошқаришда фойдаланиш мумкин.

*Мисол (давоми). Фойда ва зарар ҳажми сотув даражасига боғлиқ бўлади. Корхонанинг фойда олиши учун сотув даражасининг қандай бўлишини аниқлаш учун зарарсизлик нуқтасини таҳлил қилиш зарур.*

*Матнни чоп эттириши каби хизмат тури бўйича зарарсизлик нуқтасини таҳлил қилиб кўрамиз. Бунинг учун график усулдан фойдаланамиз. Ҳар бири 120 сўмдан 15000 варақ матнни принтердан чиқариш мўлжалланган. Кўрсатиладиган хизмат ҳажми сотув ҳажмига тенг, яъни 1800 минг сўм. Доимий харажатлар 430,5 минг сўмни ташкил қилади. Битта хизмат учун ўзгарувчан харажатлар – 41,8 сўм, режадаги хизмат кўрсатиш ҳажми учун эса -627 минг сўм, фойда миқдори 742,5 минг сўмга тенг бўлади (1800-627-430,5).*

*Фойда, хизмат кўрсатиш ҳажми ва унинг таннархи ўртасидаги боғлиқлик*



*Горизонтал бўйича кўрсатиладиган хизмат ҳажми (неча варақ), вертикал бўйича хизмат таннархи ва сотувдан олинувчи тушумдан иборат бўлган*

*фойда акс эттирилади.*

*График бўйича сотув ҳажми қандай бўлганда фирма фойда олишини аниқлаш мумкин. Шунингдек, харажатлар сотувдан олинувчи пул тушумига тенг бўлган нуқтани, яъни зарарсизлик нуқтасини ҳам аниқлаш мумкин. Бизнинг мисолда бу нуқта сотиладиган хизматлар ҳажмининг тахминан 35% атрофида бўлади.*

### **қисқача хулосалар**

Бизнес-режанинг молиявий режаси даромад ва харажатлар режаси, баланс-режа ва пул оқимлари ҳаракатланиши режасидан иборат бўлади.

Молиявий режани ишлаб чиқиш маҳсулот сотиш ҳажмини башорат қилиш, режадаги фойдани ҳисоблаш ва зарарсизлик нуқтасини таҳлил қилишни назарда тутди.

Даромад ва харажатлар режасида фаолият турлари бўйича фойдалилик нуқтаи назаридан корхона фаолиятининг натижалари акс эттирилади.

Пул оқимлари ҳаракатланиши режаси пул маблағларининг шаклланиши ва четга чиқишини, шунингдек, корхонада қолган пул маблағлари динамикасини тавсифлайди.

Зарарсизлик нуқтаси маҳсулотни сотишдан олинувчи даромад ишлаб чиқариш харажатларига тенг бўлувчи маҳсулот ишлаб чиқариш минимал ҳажмини аниқлаб беради.

### **Мавзу бўйича таянч иборалар**

молиявий режа, маҳсулотни сотиш ҳажми, тушум ва харажатлар баланси, даромад ва харажатлар режаси, маҳсулотни сотишдан олинувчи ялпи фойда, асосий фаолиятдан кўрилган фойда, умумхўжалик фаолияти натижасидан фойда (ёки зарар), солиқ тўланмасдан олдинги фойда, йиллик соф фойда, маҳсулотнинг ишлаб чиқариш таннархига киритилувчи харажатлар, давр харажатлари таркибига киритилувчи харажатлар, хўжалик субъектининг молиявий фаолияти бўйича харажатлар, фавқулодда харажатлар, пул оқимлари режаси, башорат баланси, зарарсизлик нуқтаси.

### **Муҳокама ва назорат саволлари**

1. Башорат қилинувчи даромад нима?
2. Корхона балансининг таркиби нималардан иборат?
3. Корхонанинг пул маблағлари ҳақидаги ҳисобот.

4. Корхонанинг ишбилармонлик фаоллиги кўрсаткичлари.
5. Бизнеснинг зарарсизлик даражаси.
6. Даромад ва харажатлар балансида акс эттирилувчи асосий кўрсаткичлар қаторига қайсиларни киритиш мумкин?
7. Маҳсулотни сотиш ҳажми башоратлари қандай кўриниш ёки шаклда бўлиши лозим?
8. Корхона фаолиятининг молиявий натижалари қандай фойда кўрсаткичлари билан тавсифланади
9. Пул оқимлари режаси одатда нечта асосий бўлимдан иборат бўлади?

### **Тавсия этиладиган адабиётлар**

1. Абдуллаев А., Айбешев Х. Бизнес режа. Ўқув кўланма. Т.: «Молия», 2002. - 72бет.
2. Махмудов Э.Х., Исаков М.Ю. Бизнес планирование. (Учебное пособие). – Т.: Издательство Литературного фонда Союза писателей Узбекистана, 2004.
3. Фомин Я.А. Диагностика кризисного состояния предприятия: Учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 439 с.
4. Сборник бизнес-планов деловых ситуаций с рекомендациями и комментариями: Учеб. прак. пос. /Под ред. В.М.Попова, С.И.Ляпунова . –М.: КноРус , 2003
5. Губарев В.Г. Основы экономики и предпринимательства: Учеб. пособ. – Ростовна-Дону: Феникс, 2003. –287 с.
6. Менеджмент организации: современные технологии / Под ред. Проф. Н.Г. Кузнецова, проф. И.Ю. Солдатовой. Учеб. пособ. –Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. –480 с.
7. Минетт С. Промышленный маркетинг: Принципиально новый подход к решению маркетинговых задач. –М.; СПб; Киев: Вильямс, 2003
8. Сухова Л.Ф., Чернова Н.А. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 160 с.: ил.
9. Югай Л.П. Бизнес-планирование (тексты лекций). – Т.: ТГЭУ, 2000. – 47 с.
10. <http://www.sorbona.fr>
11. <http://www.harvard.edu>

## 9-мавзу. БИЗНЕС-РЕЖАНИНГ САМАРАДОРЛИГИНИ БАҲОЛАШ

### Режа

#### 9.1. Вақт бўйича пул қиймати

#### 9.2. Инфляцияни баҳолаш

#### 9.3. Бизнес-режани амалга ошириш учун инвестициялар самарадорлигини баҳолаш кўрсаткичлари ва уларни ҳисоблаш услубияти

#### 9.1. Вақт бўйича пул қиймати

Бизнес-режани амалга ошириш учун пул маблағлари киритишни амалга ошириш турли вақт мобайнида пул маблағлари оқими билан боғлиқ бўлган молиявий-иктисодий ҳисоб-китобларни амалга оширишни талаб қилади. Бундай баҳолаш концепцияси шунга асосланадики, пул қиймати вақт ўтиши билан пул бозоридаги фойда нормасини ҳисобга олган ҳолда ўзгариб, бу норма сифатида одатда ссуда фоизи нормаси қабул қилинади. мазкур ҳолатда фоиз деганда пул бозорида пулдан фойдаланиш натижасида олинувчи даромад миқдори тушунилади. Инвестициялаш узоқ муддатли жараён эканлигини ҳисобга олган ҳолда, инвестиция амалиётида кўпинча инвестиция киритилган пайтдаги пул қиймати уни бўлажак фойда, амортизация ажратмалари ва бошқа шаклда қйтариш пайтидани қиймати билан таққосланади.

Инвестиция киритиш ва пул маблағларини қайтиб олиш пайтидаги пул қийматини таққослашда иккита асосий тушунча – пулнинг ҳозирги қиймати ва келажакдаги қийматидан фойдаланиш қабул қилинган.

*Пулнинг келажакдаги қиймати* ҳозирги пайтда инвестиция қилинган пул маблағларининг белгиланган вақт ўтгандан сўнг маълум бир фоиз ставкасини ҳисобга олган ҳолда айланиши лозим бўлган миқдорини ифодалайди. Пулнинг келажакдаги қийматини аниқлаш ушбу қийматнинг ўсиш жараёни билан боғлиқ бўлиб, пулнинг бошланғич миқдорига фоиз суммасини (фоиз тўловларини) қўшиб бориш йўли билан босқичма-босқич катталаштиришни акс эттиради. Бу сумма фоиз ставкаси бўйича ҳисобланади. Инвестиция ҳисоб-китобларида бу ставка нафақат пул маблағлари қийматини ўстириш воситаси сифатида, балки янада кенг маънода – инвестиция операцияларининг даромадлилик даражасини ўлчаш учун ҳам фойдаланилади.

*Пулнинг ҳозирги қиймати* келажакда келиб тушадиган пул

маблағларининг белгиланган фоиз ставкасини ("дисконт ставкаси") ҳисобга олган ҳолда ҳозирги даврга келтирилган миқдорини ифодалайди. Опулнинг ҳозирги қийматини аниқлаш бу қийматнинг дисконтлашуви билан боғлиқ бўлиб, пул маблағларининг белгиланган якуний ҳажмида ўсишга тесқари операцияни ифодалайди. Бу ҳолда фоиз (дисконт) миқдори пул маблағларининг якуний миқдоридан (келажакдаги қийматдан) чиқариб ташланади.

**Бундай ҳолат бугунги кунда маълум бир вақт ўтгандан сўнг олдиндан белгилан суммани олиш учун қанча маблағ инвестиция қилиш кераклигини аниқлаш зарур бўлган ҳолларда вужудга келади.**

Пул маблағларини инвестициялаш билан боғлиқ молиявий-иқтисодий ҳисоб-китобларни амалга оширишда қийматнинг ўсиш ва дисконтлашув жараёнлари оддий ҳамда мураккаб фоизлар бўйича амалга оширилиши мумкин. Оддий фоизлар одатда қисқа муддатли инвестицияларда, мураккаб фоизлар эса узоқ муддатли инвестицияларда қўлланади.

Оддий фоиз деб пул маблағларини инвестициялаш шартлари билан белгиланган тўлов даври (чорак, ой ва ҳоказо) якунида қўйилманинг бошланғич (ҳозирги) қийматига ҳисобланувчи суммани англатади.

қўйилманинг ўсиш жараёнида оддий фоиз суммасини ҳисоблашда қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$J = P \times n \times i,$$

бу ерда

$J$  – инвестициялашнинг белгиланган даври учун фоиз суммаси;

$P$  – бошланғич қўйилма (инвестиция) суммаси;

$n$  – инвестициялаш муддати (ҳар бир фоиз тўлови амалга оширилувчи даврлар сони);

$i$  – фоиз ставкаси (ўнли каср билан ифодаланади).

*Мисол:* қуйидаги шартларга кўра бир йил учун оддий фоиз ставкасини аниқлаш керак бўлсин: бошланғич қўйилма миқдори -1000 сўм; ҳар чорак тўланувчи фоиз ставкаси - 20%. Ушбу кўрсаткичларни формулага қўйиб, қуйидагига эга бўламиз.

$$J=1000 \times 4 \times 0,2=800 \text{ сум.}$$

Бу ҳолда қўйилманинг келажакдаги қиймати (S) ҳисобланган фоиз суммасини инобатга олган ҳолда қуйидаги формулага асосан аниқланади:

$$S = P = J = P (1 + ni).$$

*Бизнинг мисолда қўйилманинг келажакдаги қиймати 1800 сўмга тенг бўлади (100+800).*

(1+ni) кўпайтирувчи оддий фоизларни ўстириш коэффиценти деб аталади. Унинг қиймати ҳар доимо бирдан катта бўлиши лозим.

Пул маблағларининг дисконтлаш жараёнида оддий фоиз суммасини ҳисолашда қуйидаги формула қўлланади:

$$D = S - S \times \frac{1}{1 + ni}$$

бу ерда

D – инвестициялашда белгиланган давр учун дисконт суммаси (оддий фоизлар бўйича);

S – синов шартлари билан асосланувчи якуний қўйилма миқдори;

n – инвестиция муддати (фоиз тўловлари назарда тутилувчи даврлар сониди);

i – фойдаланилувчи дисконт ставкаси, ўнли каср шаклида ифодаланади.

*Мисол. қуйидаги шартларга кўра бир йил учун оддий фоиз бўйича дисконт суммасини аниқлаш керак бўлсин: якуний сумма 1000 сўм; дисконт ставкаси ҳар чорак учун 20%. Ушбу кўрсаткичларни формулага қўйиб, қуйидагига эга бўламиз*

$$D=1000-1000 \times (1/(1+4 \times 0.2))=444 \text{ сум.}$$

Бу ҳолда пул маблағлари қиймати (P) ҳисобланган дисконт суммасини

инобатга олган ҳолда қуйидаги фаормула бўйича топилади:

$$P = S - D + S \times (1 / (1+ni))$$

*Бизнинг мисолда бир йилдан сўнг 1000 сўм олиш учун зарур бўлган инвестицияларнинг ҳозирги қиймати 556 сўмга тенг (1000-444).*

Иккала ҳолатда ҳам қўлланувчи  $(1/(1+ni))$  кўпайтирувчи дисконт коэффициентлари деб аталади, унинг қиймати ҳар доим бирдан кичик бўлиши лозим.

Мураккаб фоиз деб, инвестициялаш натижасида ҳар бир давр бўйича ҳисобланган фоиз суммаси ҳар сафар тўланмасдан, асосий қўйилма миқдорига қўшиб борилган ҳамда кейинги тўлов пайтида ўзи ҳам фойда келтирган ҳолларда шаклланувчи даромад суммасига айтилади.

Унинг миқдорини ҳисоблашда қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$S_c = P \times (1+i)^n$$

Мас равишда фоиз суммаси ( $J_c$ ) бу ҳолатда қуйидаги формула бўйича топилади:

$$J_c = S_c - P$$

*Мисол.* қуйидаги шартларга кўра қўйилманинг келажакдаги қиймати ва мураккаб фоиз суммасини ҳисоблаш зарур: қўйилманинг бошланғич қиймати - 1000 сўм. Фоиз ставкаси ҳар чорак учун 20%; инвестициялаш муддати – бир йил. Ушбу кўрсаткичларни формулага қўйиб, қуйидагига эга бўламиз:

$$S_c = 1000 \times (1+0,2)^4 = 2074;$$

$$J_c = 2074 - 1000 = 1074.$$

Мураккаб фоизлар бўйича ( $P_c$ ) дисконтлаш жараёнида пул маблағлари ҳозирги қийматини ҳисоблашда қуйидаги формула қўлланади:

$$P_c = S / (1+i)^n.$$

Мос равишда дисконт суммаси ( $D_c$ ) бу ҳолатда қуйидаги формула бўйича топилади:

$$D_c = S - P_c.$$

*Мисол.* қуйидаги шартларга кўра бир йил учун пул маблағлари ҳақиқий қиймати ва мураккаб фоизлар бўйича дисконт суммасини топиш керак бўлсин: пул маблағларининг келаждаги қиймати-1000 сўм; мураккаб фоиз бўйича фойдаланиладиган дисконт ставкаси ҳар чорак учун 20%. Ушбу кўрсаткичларни формулага қўйиб, қуйидагига эга бўламиз:

$$P_c = 1000 / (1+0,2)^4 = 482 \text{ сўм.}, D_c = 1000 - 482 = 518 \text{ сўм.}$$

$(1+i)^n$  ва  $1/(1+i)^n$  кўпайтирувчилар мос равишда ўсиш кўпайтирувчиси ва мураккаб фоизларни дисконтлаш кўпайтирувчиси деб аталади. Математик усуллар билан аниқланган ўсиш ва мураккаб фоизларни дисконтлаш кўпайтирувчиларини ҳисобга олган ҳолда махсус жадваллар ишлаб чиқилган бўлиб, улар ёрдамида белгиланган фоиз ставкалари ҳажми ва тўлов даври сони билан пул маблағларининг ҳозирги ёки келаждаги аниқлаш осон бўлади.

## 9.2. Инфляцияни баҳолаш

Инвестиция амалиётида инфляция омили билан мунтазам ҳисоблашишга тўғри келади. Унинг вақт ўтиши билан пул маблағлари қийматини пасайтириб бориши, инфляциянинг (ўртача нархлар индексининг) ўсиши мос равишда пулнинг харид қилиш қобилиятини пасайтиришга олиб келиши билан боғлиқ.

Инфляцияни ҳисобга олган ҳолда инвестиция жараёнларида пул оқимларини тўғирлаш билан боғлиқ ҳисоб-китобларда иккита асосий тушунча – пул маблағларининг номинал ва реал (ҳақиқий) қийматидан фойдаланиш қабул қилинган.

Номинал қиймат пул маблағларининг катталигини пулнинг харид қобилиятидаги ўзгаришларни ҳисобга олмаган ҳолда баҳолашни ифодалайди.

Реал қиймат эса пул маблағлари катталигини инфляция жараёни натижасида пулнинг хрид қобилиятини йўқотишини ҳисобга олган ҳолда баҳолашни назарда тутлади. Бундай баҳолашни пул маблағларининг келажакдаги қийматини аниқлашда ҳам, ҳозирги қийматини аниқлашда ҳам қўллаш мумкин.

Инвестиция фаолияти билан боғлиқ молиявий-иқтисодий ҳисоб-китобларда инфляция қуйидаги ҳолатларда ҳисобга олинади ва баҳоланади:

- 1) пул маблағларининг ўсган қиматини тўғирлашда;
- 2) дисконтлаш учун фойдаланилувчи фоиз ставкасини инфляцияни ҳисобга олган ҳолда шакллантиришда;
- 3) инфляция суратларини ҳисобга олувчи инвестициядан олинувчи даромад даражасини шакллантиришда.

Инфляцияни баҳолаш жараёнида иккита асосий кўрсаткич қўлланади:

а) инфляция сурати ( $T_j$ ), кўриб чиқиладиган даврда ( $n$ ) ўртача нарх даражасининг ўсишини тавсифлайди ва ўнли қаср билан ифодаланади;

б) инфляция индекси ( $I_j$ ) кўриб чиқиладиган даврда ( $n$ ),  $1 \leq T_j$  кўринишида аниқланади.

1. Инфляцияни ҳисобга олган ҳолда пул маблағлари қийматининг ўсишини тўғирлаш (корректировка қилиш) қуйидаги формула бўйича амалга оширилади:

$$S_p = S / I_j$$

Ушбу формула бўйича амалга оширилган ҳисоб-китоблар пул маблағларининг ўсиш жараёнида унинг инфляцион таркибий қисми элиминация қилинмаган бўлса пул маблағларининг келажакдаги реал қийматини аниқлашга имкон беради.

Агарда бу жараёнда реал фоиз ставкаси ва кутиладиган инфляция суратини ажратиб кўрсатиш мумкин бўлса, унда пул маблағларининг реал қийматини қуйидаги формулага асосан аниқлаш мумкин бўлади:

$$S_p \times ((1+i)/(1+T_j))^n.$$

**Мисол.** қуйидаги шартларга кўра инвестиция қилинаётган пул маблағларининг келажакдаги реал қийматини аниқлаш лозим бўлсин: инвестиция ҳажми - 200 млн. сўм; инвестиция муддати - 2 йил; инфляцияни ҳисобга олган ҳолда фоиз ставкаси – йилига 30%; кутилаётган инфляция сурати йилига 20%. Ушбу кўрсаткичларни формулага қўйиб, қуйидагига эга бўламиз:

$$S_p = 200 \times ((1+0.30)/(1+0.20))^2 = 234,7 \text{ млн.сум.}$$

2. Инфляцияни ҳисобга олган ҳолда реал фоиз ставкасини нормалаштириш, пул маблағларини ўстириш ёки дисконтлаш учун фойдаланилади ва қуйидагича аниқланади:

$$J_p = J - T_j$$

бу ерда

$J_p$  - реал фоиз ставкаси;

$J$  – пул бозорида вужудга келган инфляцияни ҳисобга олган ҳолда номинал фоиз ставкаси.

Пул маблағларини реал фоиз ставкаси бўйича ўстириш жараёнида пул маблағларининг келажакдаги реал қийматини аниқлашда уч хил вазиятга дуч келиш мумкин:

а)  $J < T_j$ . Бу вазиятда пул маблағларининг реал қийматини ўстириш юз бермайди, чунки ўларнинг ўсиши инфляция билан бир хил бўлади;

б)  $J > T_j$ . Бу вазиятда пул маблағларининг реал қиймати инфляцияга карамай, ўсиб боради;

в)  $J < T_j$ . Бу вазиятда пул маблағларининг реал қиймати пасайиб боради, яъни инвестициялаш жараёни зарар келтиради.

3. Инфляцияни ҳисобга олувчи инвестиция даромади даражасини шакллантириш «инфляция мукофоти» (inflation Premium) ҳажмини аниқлашни назарда тутади. Бу мукофот ҳажми инфляция натижасида инвесторнинг реал даромад суммасини йўқотишининг ўрнини босишга

қаратилган бўлиб, қуйидаги формулага асосан ҳисобланади:

$$П_i = D_p \times T_i$$

бу ерда

$П_i$  – инфляция мукофоти миқдори;

$D_p$  – инвестициялар бўйича реал ўртача бозор даромади даражаси.

Мас равишда инвестиция бўйича умумий даромад миқдори ( $D_n$ ) қуйидагига тенг бўлади:

$$D_n = D_p \times П_i,$$

Шуни қайд этиш керакки, инфляция суратларини башорат қилиш жуда қийин ва кўп меҳнат талаб қилувчи жараён дир. Бундан ташқари, инфляция суратлари айрим пайтларда башорат қилиш қийин бўлган субъектив омиллар таъсирига учрайди. Шу сабабли инвестиция амалиётида инфляция омилини ҳисобга олишнинг янада соддароқ усулидан фойдаланиш мумкин.

Шу мақсадда инвестиция маблағлари қиймати ёки уларни қайтариш қиймати миллий валютадан эркин конвертацияланувчи валюталардан бирига қайта ҳисобланади.

Бунда усул мамлакат ичида ҳисобкитоблардан инфляция омилини умуман чиқариб ташлашга имкон беради.

### **9.3. Бизнес-режани амалга ошириш учун инвестициялар самарадорлигини баҳолаш кўрсаткичлари ва уларни ҳисоблаш услубияти**

Инвестициялар самарадорлигини баҳолаш инвестицион қарорлар қабул қилиш жараёнидаги масъулияти энг юқори бўлган босқичлардан биридир.

Компаниянинг ривожланиш суръати ва киритилган капитални қайтариш муддатлари баҳолашнинг қанчалик объектив ва ҳар томонлама амалга оширилганлигига боғлиқ бўлади. Буни кўп жиҳатдан баҳолашнинг замонавий усуллардан фойдаланиш белгилаб беради.

Шуни айтиб ўтиш керакки, ҳозирги пайтда мамлакатимизда капитал кўйилмалар самарадорлигини баҳолаш усулларини унчалик сипо деб ҳисоблаш тўғри эмас. Бу мақсадда қўлланувчи иккала кўрсаткич самарадорлик коэффиценти (ўртача йиллик фойда миқдорининг капитал кўйилмалар ҳажмига нисбати) ва ўзини қоплаш муддати (унга тескари кўрсаткич) бир қатор жиддий камчиликларга эга бўлиб, улар реал инвестициялар самарадорлигини баҳолашда объектив маълумот олишга имкон бермайди.

Бу камчиликлар нималардан иборат? Улардан бири санаб ўтилган кўрсаткичларнинг ҳар биттасини ҳисоб-китоб қилишда вақт омили ҳисобга олинмаслигидадир – на фойда ва на инвестиция маблағлари ҳажми ҳақиқий қийматга келтирилмайди. Демак, ҳисоб-китоб жараёнида олдиндан солиштириб бўлмайдиган кўрсаткичлар – инвестициялар суммаси ҳозирги қийматда ва фойда суммаси келажакдаги қийматда берилади. Яна бир камчилик кўра инвестиция қилинган капитални қайтариш кўрсаткичи сифатида фақат фойда қабул қилинган. Бироқ амалда инвестициялар соф фойда ва амортизация ажратмалари кўринишида ҳам қайтариб берилади. Демак, инвестициялар самарадорлигини фақат фойда асосида баҳолаш ҳисоб-китоб натижаларини жуда ўзгартириб юборади. Ва ниҳоят, учинчи камчилик шундан иборатки, кўриб чиқиладиган кўрсаткичлар инвестиция лойиҳаси тўғрисида фақат бир томонлама баҳо олишга имкон беради, чунки уларнинг иккаласи ҳам бир хил бошланғич маълумотлардан фойдаланишга асосланади.

Реал инвестициялар самарадорлигини баҳолашда хорижда амал қилувчи, сўнгги пайтларда Ўзбекистонда ҳам қўллана бошлаган асосий тамойил ва услубий ёндашувларни кўриб чиқамиз.

**Бундай тамойиллардан бири** инвестиция қилинган капиталнинг пул оқими кўрсаткичи (cash flow) асосида қайтарилишига боғлиқ бўлиб, инвестиция лойиҳасини эксплуатация қилиш давомида амортизация ажратмалари ва соф фойда ҳисобига шакллантирилади. Бунда пул оқими кўрсаткичи инвестиция лойиҳасининг ҳар бир йили бўйича алоҳида ёки ўртача йиллик кўрсаткич сифатида баҳоланиши лозим.

**Баҳолашнинг иккинчи тамойили** инвестиция қилинувчи капитални ҳам, пул оқимлари миқдорини ҳам пул маблағларининг ҳозирги қийматига келтиришдир. Бир қарашда инвестиция қилинувчи маблағлар доимо ҳозирги қийматида акс эттирилган бўлади, чунки пул оқимлари шаклида уларни қайтариш муддати бўйича анча илгарилаб кетади. Ҳақиқатда эса бундай эмас

– инвестициялаш жараёни кўп ҳолларда бир вақтнинг ўзида эмас, балки бир нечта босқичда амалга оширилади. Шу сабабли биринчи босқичдан ташқари келгусида инвестиция қилинувчи барча суммалар пул маблағларининг ҳозирги қийматига келтирилиши лозим бўлади. худди шу тарзда пуо маблағлари оқими ҳам ҳозирги қийматга келтирилади.

**Баҳолашнинг учинчи тамойили** турли инвестиция лойиҳалари учун пул оқимларини дисконтлаш жараёнида дифференцияланган фоиз ставкасини (дисконт ставкасини) танлаш ҳисобланади. Юқорида айтиб ўтилганидек, инвестициялардан олинувчи даромад ҳажми (реал инвестициялашда бундай даромад вазтфасини пул оқимлари бажаради) қуйидаги тўрт омил асосида шакллантирилади: ўртача реал депозит ставкаси; инфляция сурати (ёки инфляция мукофоти); риск мукофоти; паст ликвидлик учун мукофот. Шу сабабли риск даражаси турлича бўлган иккита инвестиция лойиҳасини таққослашда турлича фоиз ставкали дисконтлаш қўлланиши лозим (юқори фоиз ставкасидан риск даражаси юқори бўлган лойиҳа бўйича фойдаланиш лозим). Худди шу тарзда умумий инвестициялаш даври (инвестициялар ликвидлиги) ҳар хил бўлган инвестиция лойиҳалари учун юқори фоиз ставкаси амалга ошириш муддати узокроқ бўлган лойиҳа учун қўлланиши керак.

Ва ниҳоят **баҳолашнинг тўртинчи тамойили** баҳолаш мақсадларидан келиб чиққан ҳолда дисконтлаш учун фойдаланилувчи фоиз ставкалари вариацияси ҳисобланади. Инвестициялар самарадорлигининг турли кўрсаткичларини ҳисоблашда дисконтлаш учун танлаб олинувчи фоиз ставкаси сифатида қуйидагилардан фойдаланиш мумкин: ўртача депозит ёки кредит ставкаси; инфляция даражаси, рис даражаси ва инвестициялар ликвидлигини ҳисобга олган ҳолда инвестициялар даромадлигининг индивидуал нормаси; бошқа инвестиция турлари бўйича даромадлиликнинг муқобил нормаси; жорий хўжалик фаолияти бўйича даромад нормаси.

Юқорида айтиб ўтилган тамойилларни инобатга олган ҳолда турли кўрсаткичлар асосида реал инвестициялар самарадорлигини баҳолаш услубиятини кўриб чиқамиз.

**Соф келтирилган даромад** инвестициялаш натижаларининг энг умумлашган тавсифномасини, яъни унинг якуний сааарасини абсолют суммада олиш имконини беради. Соф келтирилган даромад деганда инвестиция лойиҳасининг эксплуатация даврида ҳозирги қийматга келтирилган (дисконтлаш йўли билан) пул оқимлари суммаси билан уни амалга оширишга инвестиция қилинувчи маблағлар ўртасидаги фарк

тушунилади. Бу кўрсаткич қуйидаги формула асосида ҳисобланади:

$$\text{ЧПД} = \text{ДП} - \text{ИС},$$

бу ерда

ЧПД – соф келтирилган даромад;

ДП – инвестиция лойиҳасининг эксплуатация давридаги (янги инвестициялар киритилмасдан аввалги) пул маблағлари оқими (ҳозирги қийматда). Агар мазкур объектга янги инвестициялар киритилгунча тўлиқ эксплуатация даврини аниқлаш мушкул бўлса, ҳисоб-китобларда бу кўрсаткич 5 йил (бу муддат ўтгандан сўнг асбоб-ускуналар алмаштирилиши лозим бўлган ўртача амортизация даври) деб қабул қилинади;

ИС – инвестиция лойиҳасини амалга оширишга юборилувчи инвестиция маблағлари миқдори.

Бунда фойдаланилувчи дисконт ставкаси риск даражаси ва ликвидликни ҳисобга олган ҳолда дифференцияланади.

**Мисол. Инвестиция компаниясига иккита муқобил лойиҳанинг бизнес-режаси келиб тушган. Бу лойиҳаларни тавсифловчи маълумотлар 12.1-жадвалда келтирилган.**

#### 9.1-жадвал

*Соф келтирилган даромад кўрсаткичини ҳисоблаш учун маълумотлар*

<i>Кўрсаткичлар</i>	<i>Инвестиция лойиҳалари</i>	
	<i>«А»</i>	<i>«Б»</i>
<i>1. Инвестиция қилинувчи маблағ миқдори, АҚШ долл.</i>	<i>7000</i>	<i>6700</i>
<i>2. Инвестиция лойиҳасининг эксплуатация даври, йил</i>	<i>2</i>	<i>4</i>
<i>3. Пул оқимлари миқдори - жами, АҚШ долл.</i>	<i>10000</i>	<i>11000</i>

<i>Жумладан 1-йил</i>	<i>6000</i>	<i>2000</i>
<i>2 –йил</i>	<i>4000</i>	<i>3000</i>
<i>3 –йил</i>	<i>-</i>	<i>3000</i>
<i>4 –йил</i>	<i>-</i>	<i>3000</i>

*«А» лойиҳаси бўйича пул маблағлари оқимини дисконтлаш учун 10%ли фоиз ставкаси, «Б» лойиҳаси учун эса 12% қабул қилинган (уни амалга ошириш даври узоқ бўлгани сабабли). Пул маблағлари оқимини дисконтлаш натижалари 12.2-жадвалда келтирилган.*

*Инвестиция лойиҳалари бўйича пул оқимларининг ҳозирги қийматини ҳисоблаш*

<i>Йиллар</i>	<i>Инвестиция лойиҳалари</i>					
	<i>10% ставкали «А»</i>			<i>12% ставкали «Б»</i>		
	<i>Келажак даги қиймат</i>	<i>Дисконт-лаш коэффициенти</i> $1/(1+i)^n$	<i>Ҳозирги қиймат</i>	<i>Келажак даги қиймат</i>	<i>Дисконт-лаш коэффициенти</i> $1/(1+i)^n$	<i>Ҳозирги қиймат</i>
<i>1 –йил</i>	6000	0,909	5454	2000	0,893	1786
<i>2 –йил</i>	4000	0,826	3304	3000	0,797	2391
<i>3 –йил</i>	-	-	-	3000	0,712	2135
<i>4 –йил</i>	-	-	-	3000	0,636	1908
<i>Жами</i>	10000	-	8758	11000	-	8221

*Пул оқимларининг ҳисоб-китоб қилинган ҳозирги қийматини ҳисобга олган ҳолда соф келтирилган даромадни аниқлаймиз. Биринчи лойиҳа бўйича: 8758-7000=1758 АҚШ долл. США. Ккинчи лойиҳа бўйича эса: 8221-6700=1521 АҚШ долл. США. Шундай қилиб, кўриб чиқилаётган лойиҳалар бўйича соф келтирилган даромад кўрсаткичларини таққослаш шуни кўрсатадики, «А» лойиҳасининг «Б» лойиҳасига нисбатан самарадорлиги юқори (гарчи «А» лойиҳаси бўйича инвестиция қилинувчи маблағ миқдори кўпроқ, уларнинг келажакда пул оқими сифатида қайтиши «Б» лойиҳасига қараганда камроқ бўлсада).*

*«Соф келтирилган даромад» кўрсаткичини тавсифлашда бу кўрсаткични инвестиция лойиҳаларини солиштирма баҳолашдан ташқари, уларни амалга оширишнинг мақсадга мувофиқли мезони сифатида ҳам қўллаш мумкин. Соф келтирилган даромад кўрсаткичи нолга тенг ёки манфий бўлган инвестиция лойиҳаси рад қилиниши озим, чунки у киритилган капитал учун инвесторга қўшимча даромад келтирмайди. Соф келтирилган даромад кўрсаткичи нолга тенг ёки мусбат бўлган инвестиция*

лойиҳалари инвесторнинг капиталани кўпайтиришга хизмат қилади.

Бу кўрсаткичнинг камчилиги қуйидагича: дисконтлаш учун танлаб олинган фоиз ставкаси (дисконт ставкаси) одатда бутун инвестиция лойиҳаси даври учун ўзгармас деб қабул қилинади. Аслида эса келажакда иқтисодий шарт-шароитларнинг ўзгариши билан бу кўрсаткич ҳам ўзгариши мумкин. Бироқ, ушбу кмчиликка қарамай, инвестициялар самарадорлигини баҳолаш кўрсаткичлари тизимда қўлланувчи бу кўрсаткич хорижий мамлакатлар амалиётида ишончли ҳисобланади.

«Соф келтирилган даромад» кўрсаткичи амалиётда бошқа бир неча хил ном билан ҳам аталади: «интеграл самара», «соф келтирилган (ёки соф замонавий) қиймат», «Net Present Value (NPV)», «соф келтирилган самара».

**Даромадлилик индекси** услубий жиҳатдан илгари «капитал қўйилмалар самарадорлик коэффиценти» кўрсаткичи бўйича фойдаланилган баҳолашни эслатиб туради. Шу билан бирга иқтисодий таркибига кўра умуман бошқача кўрсаткич ҳисобланади, чунки инвестициялардан олинувчи даромад сифатида соф фойда эмас, балки пул оқимлари қабул қилинади. Бундан ташқари инвестициялардан олиш кутилаётган даромад (пул оқимлари) баҳолаш жараёнида ҳозирги қийматга келтирилади. Даромадлиликни ҳисоблаш қуйидаги формула бўйича амалга оширилади:

$$ИД = ДП / ИС$$

бу ерда

ИД – инвестиция лойиҳаси бўйича даромадлилик индекси;

ДП – ҳозирги қийматда пул оқимлари миқдори;

ИС – инвестиция лойиҳасини амалга оширишга жўнатиловчи инвестиция маблағлари миқдори (қўйилмалар вақти турлича бўлганда ҳам ҳозирги қийматга келтирилади).

*Мисол. Юқорида кўриб чиқилган икки лойиҳа маълумотлари бўйича уларнинг даромадлилик индексини аниқлаймиз. «А» лойиҳаси бўйича даромадлилик индекси:  $8758:7000 = 1,25$ . Иккинчи лойиҳа бўйича эса:  $8221:6700 = 1,23$ . Инвестиция лойиҳаларини «даромадлилик индекси» бўйича солиштириш шуни кўрсатадики, «А» лойиҳасининг самарадорлиги юқори.*

Даромадлилик индекси кўрсаткичи солиштирма баҳолашдан ташқари лойиҳани амалга оширишнинг мақсадга мувофиқлиги мезони сифтаида ҳам қўлланиши мумкин. Агар даромадлилик индекси қиймати бирга тенг ёки ундан кичик бўлса, лойиҳа инвесторга қўшимча даромад келтирмаллиги сабабли рад этилиши лозим. Бошқача қилиб айтганда, даромадлилик индекси қиймати 1 дан катта бўлган инвестиция лойиҳаларигина амалга оширишга қабул қилиниши мумкин.

«Даромадлилик индекси» ва «соф келтирилган даромад» кўрсаткичларини солиштиришда улар ёрдамида инвестициялар самарадорлигини баҳолаш натижалари бир-бирига тўғридан-тўғри боғлиқлигига эътибор қаратиш лозим: соф келтирилган даромаднинг абсолют қиймати ўсиши билан даромадлилик индекси ҳам ўсади ва аксинча. Бундан ташқари, соф келтирилган даромад нолга тенг бўлганда даромадлилик индекси доимо 1 га тенг бўлади. Бу эса шуни англатадики, инвестиция лойиҳасини амалга оширишнинг мақсадга мувофиқлиги мезони сифатида улардан фақат биттаси қўлланиши мумкин. Солиштирма баҳолашни ўтказишга келадиган бўлсак, бу ҳолатда иккала кўрсаткични ҳам қараб чиқиш лозим, чунки улар инвесторга инвестиция лойиҳаси самарадорлигини ҳар томонлама баҳолашга имкон беради.

Даромадлилик индекси қуйидаги кўрсаткичлар билан бир хил маънога эга: “рентабеллик индекси”, “фойдалилик индекси”, Profitability Index (PI).

**Ўзини қоплаш даври** инвестициялар самарадорлигини баҳолашнинг энг тарқалган ва тушунарли кўрсаткичларидан бири ҳисобланади. Бизнинг амалиётда қўлланилувчи «капитал қўйилмалар ўзини қоплаш муддати»дан фарқли ўлароқ, у фойдага эмас, балки ҳозирги қийматга келтирилган инвестиция маблағлари ва пул оқимларига асосланади. Ушбу кўрсаткич қуйидаги формула бўйича аниқланади:

$$ПО = ИС / ДП_п$$

бу ерда

ПО – инвестиция лойиҳаси бўйича киритилган маблағларнинг ўзини қоплаш даври;

**ИС** – инвестиция лойиҳасини амалга оширишга йўналтирилувчи

**инвестиция маблағлари миқдори (қўйилмалар киритиш вақти турлича бўлганда ҳозирги қийматга келтирилади;**

$ДП_n$  – шу даврга тўғри келувчи ўртача пул оқими миқдори (ҳозирги қийматда). қисқа муддатли қўйилмалар киритишда бу кўрсаткич 1 ой, узок муддатли қўйилмаларда эса 1 йил деб қабул қилинган.

*Мисол.* Юқорида кўриб чиқилган инвестиция лойиҳалари бўйича маълумотлардан фойдаланиб, уларнинг ўзини қоплаш муддатини топамиз. Бунинг учун биринчи навбатда ҳозирги қийматдаги ўртача пул оқими миқдорини аниқлаймиз. «А» лойиҳаси бўйича:  $8758:2=4379$  долл. «Б» лойиҳаси бўйича эса мос равишда  $8221:4=2055$  АҚШ долл.. Ўртача йиллик пул оқими қийматини ҳисобга олган ҳолда «А» лойиҳаси бўйича ўзини қоплаш муддати  $7000:4379=1.6$  га, «Б» лойиҳаси бўйича эса  $6700:2055=3.3$  га тенг. Инвестиция лойиҳаларини «ўзини қоплаш даври» бўйича солиштириш «А» лойиҳасининг «Б» лойиҳасига нисбатан устунликка эга эканлигини кўрсатади («соф келтирилган даромад» ва «даромадлилик индекси» кўрсаткичлари бўйича солиштиришда бу унчалик сезиларли бўлмаган).

**«Ўзини қоплаш даври» кўрсаткичини тавсифлашда шунга эътибор қаратиш керакки, бу кўрсаткич инвестициялар самарадорлигини башроашдан ташқари инвестициялар ликвидлиги билан боғлиқ риск даражасини аниқлашда ҳам қўлланиши мумкин (яхши биламизки, лойиҳани амалга ошириш даври қанчалик узок бўлса, инвестиция рисклари ҳам шунчалик юқори бўлади). Бу кўрсаткичнинг камчилиги шундаки, у инвестициялар ўзини қоплаган даврдан кейин шаклланган пул оқимларини ҳисобга олмайди. Масалан, эксплуатация муддати узок бўлган инвестиция лойиҳалари бўйича олинган соф келтирилган даромад миқдори эксплуатация муддати қисқа бўлган инвестиция лойиҳалари бўйича олинган соф келтирилган даромад миқдоридан анча кўп бўлади.**

**Ички даромадлилик нормаси** муайян инвестиция лойиҳасининг дисконт ставкаси ёрдамида ифодаланувчи даромадлилик даражасини тавсифлайди, унга кўра пул оқимларининг келажақдаги қиймати инвестиция маблағларининг ҳозирги қийматига келтирилади. Ички даромадлилик нормасини соф келтирилган даромад дисконтлаш жараёнида нолга келтирилувчи дисконт ставкаси сифатида ҳам тавсифлаш мумкин.

*Мисол.* Юқорида кўриб чиқилган инвестиция лойиҳалари маълумотларидан фойдаланиб, уларнинг ички даромадлилик нормасини ҳисоблаб чиқамиз. «А» лойиҳаси бўйича пул оқимининг ҳозирги қиймати (8758 долл) икки йил ичида инвестиция маблағлари (7000 долл) миқдорига келтирилувчи дисконт ставкасини топиш керак. Бу кўрсаткич 11,9% га тенг бўлиб, мазкур лойиҳанинг ички даромадлилик нормаисни акс эттиради.

*«Б» лойиҳаси бўйича пул оқимининг ҳозирги қиймати (8221 долл) икки йил ичида инвестиция маблағлари (6700 долл) миқдорига келтирилувчи дисконт ставкаси 5,2%ни ташиқил қилади. Ички даромадлилик нормасини солиштиришда шунини кўриш мумкинки, «А» лойиҳасида бу кўрсаткич икки марта кўп бўлиб, унинг «Б» лойиҳасига қараганда устунлиги катта эканлигидан далолат беради.*

**«Ички даромадлилик нормаси» кўрсаткичини тавсифлашда шунга эътибор қаратиш керакки, у солиштирма баҳолаш учун энг тўғри келувчи кўрсаткич ҳисобланади. Бунда солиштирма баҳолаш нафақат инвестиция лойиҳалари доирасида, балки ундан кенг миқёсда ҳам қўлланиши мумкин (масалан, инвестиция лойиҳаси бўйича ички даромадлилик нормасини компаниянинг жорий хўжалик фаолияти жараёнида фойдаланилувчи активларнинг фойдалилик даражаси билан; инвестициялар фойдалилигининг ўртача нормаси билан; муқобил инвестициялаш бўйича фойдалилик нормаси солиштириш ва хоказо).**

Бундан ташқари, ҳар бир компания ўзининг инвестиция риси даражасини ҳисобга олган ҳолда ўзи учун инвестиция лойиҳаларини баҳолашда ички даромадлилик нормасининг мезон кўрсаткичини белгилаши мумкин. Ички даромадлилик нормаси пастроқ бўлган лойиҳалар автоматик равишда реал инвестициялар самарадорлигига мос келмаслиги сабабли рад қилинади. Бундай кўрсаткич инвестиция лойиҳаларини баҳолаш амалиётида "ички даромадлилик нормасининг йўл қўйиш мумкин бўлган ставкаси" номини олган.

«Ички даромадлилик нормаси» кўрсаткичи шунингдек, бошқа номларга ҳам эга, масалан, «инвестициялар рентабеллик нормаси», Internal Rate of Return (IRR).

Юқорида кўриб чиқилган кўрсаткичларнинг барчаси ўртасида ўзаро алоқа мавжуд. Шу сабабли реал инвестициялар самарадорлигини баҳолашда бу кўрсаткичларни комплексли равишда кўриб чиқиш мақсадга мувофиқ.

*Шундай қилиб, компьютер клуби мисолида кўриб чиқилган лойиҳа бўйича кўрсатиладиган хизмат турлари ва уларнинг тарифларидан келиб чиқиб, клуб кўрсатувчи хизматлар таннархи ва хизмат кўрсатишдан келиб тушувчи пул тушумини ҳисоблаб чиқамиз (14-жадвал).*

*14-жадвал.*

*Кўрсатиладиган хизматлар таннархи ва хизмат кўрсатишдан келиб тушувчи пул тушуми ҳисоб-китоби*

Хизмат тури	Кўрсатилган хизмат ҳажми		Таннарх, минг сўм		Пул тушуми, минг сўм	
	2011 й	2012 й	2011 й	2012 й	2011 й	2012 й
<i>1 соат компьютерда ишлаш</i>	22500	30000	8599.5	11466	14625	19500
<i>1 варақ принт.</i>	11250	15000	793.1	1057.5	1350	1800
<i>1 варақ скан.</i>	4500	6000	211.5	282	360	480
<i>Жами</i>			9604,1	12805,5	16335	21780

*Кредитдан фойдаланиш вақти учун фойда ва зарарлар ҳисоб-китобини келтирамиз (15-жадвал)*

*15-жадвал.*

*Фойда ва зарарлар ҳисоб-китоб, минг сўм*

	2011 й	2012 й
<b>Кўрсаткичлар</b>		
<b>16) Хизмат кўрсатишдан келиб тушган пул тушуми</b>	16335	21780
<b>17) ққС (20%)</b>	3267	4356
<b>18) республика қишлоқ хўжалик ва озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчиларни, аграр фанларни қўллаб-қувватлаш жамғармасига ажратмалар ва автойўллардан фойдаланиш воситалари эгаларининг ажратмалари</b>	261,2	348,3
<b>19) Маҳаллий стабилизация жамғармаларига мақсадли тўловлар</b>	320	426,6
<b>20) Ўзгарувчан харажатлар</b>	905,9	1207,8
<b>21) Ўзгарувчан фойда (п.1-п.2-п.3-п.4-п.5)</b>	11580,9	15441,3
<b>22) Доимий харажатлар</b>	8698,2	11597,7
<b>23) Маҳсулотни сотишдан олинувчи фойда (п.6-п.7)</b>	2882,7	3843,6
<b>24) Кўчмас мулк солиғи (1%)</b>	119	91
<b>25) Солиққа тортилувчи фойда</b>	2763,7	3752,6

26) Фойда солиғи (30%)	829,1	1125,8
27) Соф фойда, жами (п.8 - п.9 - п.11)	1934,6	2626,8
Соф фойдадан фойдаланиши		
28) Кредит бўйича тўловлар	857,1	1142,9
29) Кредит бўйича фоизлар	1028,1	571,5
30) Соф даромад (п.12қамортизация)	4034,6	5426,8

Шундай қилиб, барча ташкилотлар ва бюджет билан ҳисоб-китоб қилгандан сўнг корхона тасарруфида лойиҳани амалга оширишининг дастлабки икки йили учун 4564,1 минг сўм соф фойда қолади.

16-21-жадваллар нақд пул оқими ҳақида ахборот беради. Жадвалда келтирилган маълумотлардан келиб чиқадикки, ишлаб чиқариши ҳажми ва хизматларни сотиши нархлари харажатларни қоплаб, кредитлар ва улар бўйича фоизларни тўлашга имкон беради.

22-жадвалда келтирилган қарзларни қоплаш коэффицентини ҳисоблаш лойиҳа қарзларни қоплаш учун юқори иқтисодий самарага эга эканлигидан, яъни кредитни қайтариб бермасилик рискининг жуда пастлигидан далолат беради.

22-жадвал.

қарз мажбуриятларини тўлаш ҳисоб-китоблари, минг сўм

Кўрсаткичлар	2011 й	2012 й
Солиқлар тўлангандан кейин соф фойда	1934,6	2626,8
Амортизация	2100	2800
Жами (п.1қп.2)	4034,6	5426,8
Асосий қарзни тўлаш	857,1	1142,9
Кредит бўйича фоизларни тўлаш	1028,1	571,5
Жами (п.4қп.5)	1885,2	1714,4
қарзни қоплаш коэффицентини (п.3/п.6)	2,1	3,2

*Лойиҳани амалга оширишдан олинувчи соф фойдани дисконтлаймиз ва олинган ахборотни таҳлил қиламиз. Лойиҳа бўйича соф келтирилган қийматни (NPV) қуйидаги формула бўйича топамиз:*

$$NPV=3,0*(1/(1+0,6))=3,7*(1/(1+0,8)^2)=5,4*(1/(1+0,8)^3)=5,4*(1/(1+0,8)^4)=5,4*(1/(1+0,8)^5)=5,4*(1/(1+0,8)^6)=0,5*(1/(1+0,2)^7)-14=-8.9$$

### **қисқача хулосалар**

Инвестициялар самарадорлигини баҳолаш инвестиция қарорлари қабул қилиш жараёнидаги масъулият энг юқори бўлган босқичдир.

Инвестициялар самарадорлигини баҳолаш қанчалик объектив ва ҳар томонлама ўтказилганлигига киритилган капитални қайтариш ва компаниянинг ривожланиш суратлари боғлиқ бўлади. Бунга эса баҳолашнинг замонавий усулларида фойдаланиш ҳисобига эришилади.

Бизнес-режа самарадорлигини баҳолаш соф келтирилган даромад, даромадлилик индекси, ўзини қоплаш даври, ички даромадлилик нормаси каби кўрсаткичлар ёрдамида амалга оширилади.

Инвестиция амалиётида инфляция омили билан мунтазам ҳисоблашишга тўғри келади. Унинг вақт ўтиши билан пул маблағлари қийматини пасайтириб бориши, инфляциянинг (ўртача нархлар индексининг) ўсиши мос равишда пулнинг харид қилиш қобилиятини пасайтиришга олиб келиши билан боғлиқ.

Инфляцияни ҳисобга олган ҳолда инвестиция жараёнларида пул оқимларини тўғирлаш билан боғлиқ ҳисоб-китобларда иккита асосий тушунча – пул маблағларининг номинал ва реал (ҳақиқий) қийматидан фойдаланиш қабул қилинган.

### **Мавзу бўйича таянч иборалар**

вақт бўйича пул қиймати, пулнинг келажакдаги қиймати, пулнинг ҳозирги қиймати, оддий фоиз, пул маблағларини дисконтлаш, мураккаб фоиз, инфляция омили, пул маблағларининг номинал ва реал (ҳақиқий) қиймати, пул маблағларининг келажакдаги реал қийматини аниқлаш, «инфляция мукофоти», пул оқими кўрсаткичи (cash flow), соф келтирилган даромад, даромадлилик индекси, ўзини қоплаш даври, ички даромадлилик нормаси.

# «Бизнес - режа» фанидан адабиётлар рўйхати

## Асосий адабиётлар

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бар்தараф этишининг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т.:Ўзбекистон, 2009. - 56 б.
2. Дэвид Б. «Руководство по составлению бизнес плана»,1998
3. Любанова Т.П. и др. Бизнес план М. «Приор»,2000
4. Сухова Л.Ф. и др. Практикум по разработке бизнес плана и финансовому анализу предприятия. М. «Финансы и статистика», 2000
5. Уткин Э. Бизнес план компании М.2000
6. Попов В.М. Финансовый бизнес план «Финансы и статистика», 2000
7. Циферблат Л.Ф. Бизнес план работа над ошибками. М.. «Финансы и статистика»

## Қўшимча адабиётлар

1. Абдукаримов Б..А. Бозор иқтисоди шароитида бизнес режанинг моҳияти. Маъруза матни. Самарқанд ,1997
2. 9.Сборник бизнес планов с комментариями и рекомендациями М. «Кно Рус», 2000. 10.Муалифлар гуруҳи. Ўзбекистонда бизнес кейслар: Ўзбекистон Республикасидаги бизнес таълимотида «Кейс -стади» услубининг кулланиш. - Т.: Академия, 2006-645 б.
3. 11.Барроу П.Бизнес-план , который работает./Пол Бароу.- М.: Альпина Бизнес Букс, 2006 -288 с.
4. Буров В.П., Ломакин А.Л., Морошкин В.А. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: Учебное пособие, М: ИНФРА - М.2006 -192 с.
5. Попов В.М. Сборник бизнес - планов : С рекомендациями: учебно-методическое пособие / Ляпунов С.И., Попов В.М. .Молодик С.Г..Зверев А.А. ; под ред. Д.э.н., проф Попова В.М. и д.э.н. Ляпунов СИ. - 6 е издание, М. . КНОРУС, 2006 - 336с.
6. 14.Махмудов Э.Х., Исоков М.Ю., Нажмидинов Р.Д. Бизнес режалаштириш.
7. Маъруза матни.Т.:ТДИУ,2005 - 190б.

## Журналлар

1. Информатика ва энергетика муаммолари. Ўзбекистон журнали
2. Экономика и жизнь
3. Экономическое обозрение
4. Инфоком.Уз
5. Бозор, пул ва кредит
6. КомпютерПресс

## Интернет Сайтлари:

1. Дарслик ўқув қўлланмалар ва маъруза матнларининг электрон вариантлари,
2. [www.wto.org](http://www.wto.org)
3. [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)
4. [www.gov.uz](http://www.gov.uz)
5. [www.cer.uz](http://www.cer.uz)
6. [www.tsue.uz](http://www.tsue.uz)
7. [www.review.uz](http://www.review.uz)
8. [www.imf.org](http://www.imf.org)
9. <http://www.e-ducate.ru/info/390>
10. <http://lib.kstu.ru/litindex/bull03-1/03-04-31.htm>
11. [www.5ballov.ru](http://www.5ballov.ru) Интернет ва офис дастурлари билан ишлашга доир реферат ва маърузалар
12. [www.referat.ru](http://www.referat.ru) Интернет ва офис дастурлари билан ишлашга доир реферат ва маърузалар.
13. [www.download.ru](http://www.download.ru) Дастурлар ва драйверларни олиш ва ўрганиш.
14. [www.e-ilm.uz](http://www.e-ilm.uz) Масофавий таълим ва китоблар.
15. Последние новости по развитию ИКТ в Узбекистане  
<http://www.uzinfokom.uz>
16. Информационные технологии Третьего Тысячелетия  
<http://www.ki.ru/inform.htm>
17. Информационные технологии в учебном процессе  
<http://www.scool.ua/Htm/Technologie.htm>
18. Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании  
<http://www.iite.ru/iite/russian/>
19. Спекурс «Новые информационные технологии в учебном процессе» в подготовке студентов <http://www.dl.uz/>
20. Перспектива развития дистанционного обучения в Узбекистане  
[http://www.kompas.uz/issues/1/distant\\_learning.html](http://www.kompas.uz/issues/1/distant_learning.html)
21. Журнал экономическое обозрение <http://www.reviev.uz/>
22. Минфин <http://www.mf.uz/>
23. Госкомимущество <http://www.spk.gov.uz/>
24. Госналогкомитет <http://www.soliq.uz/>
25. Гостаможком <http://www.customs.uz/>
26. Госкомдемонополизации <http://www.antimon.uz/>
27. Узбекистан, устремленный в будущее <http://www.uzbekistan.uz>
28. [www.ziyonet.uz](http://www.ziyonet.uz) Информатика ва дастурлаш, Интернет ва офис дастурлари билан ишлашга доир реферат ва маърузалар.

## **«Бизнес - режа» фани бўйича хорижий манбалар**

1. Абрамов С.И. Инвестирование.- М.: 2000.
2. Мертенс В. Инвестиции-Киев.: 2002 .
3. Валдайцев С.В., Воробьев П.П. и др. Под. Ред. В.В. Ковалёва, В.В. Иванова, В.А. Лялина. Инвестиции: Учебник.-М.: ТК Венби, Изд-во Проспект, 2003.
4. Ковалёв В.В. Методу оценки инвестиционных проектов М.: Финанцу и статистика, 2003 .
5. Черкасов В.Е. Международные инвестиции: Учеб. Пособ. -2-е изд. Перераб. и доп.-М.: Дело, 2003 .

## **«Бизнес-режа» фани бўйича мустақил иш мавзулари**

1. Бозор иқтисоди шароитида режалаштириш ва башоратлаш
2. Корхона фаолиятида бизнес - режалаштириш
3. Корхона тавсифи
4. Бизнес режани «Маркетинг» режаси
5. Ишлаб чиқариш режасини ишлаб чиқиш.
6. Ташкилий режа ва менеджмент.
7. Корхонанинг молиявий режаси.
8. Бизнес-режа самарадорлигини баҳолаш.
9. Ишлаб чиқаришда нодавлат секторнинг тутган ўрни.
10. Бизнес ва аҳоли бандлиги.
11. Иқтисодий глобаллаштириш ва илмий-техник тарақиётнинг ривожланиши.
12. Кичик бизнеснинг ривожланиш кўрсаткичлари.
13. Ўзбекистон Республикаси Президентининг кичик бизнеснинг қўллаб-қувватлашга доир фармонлари ва қарорлари.
14. Иқтисодий таҳлилнинг вазифаси.
15. Бир мақсадли прогностининг вазифаси.
16. Режалаштириш ва прогностлашнинг норматив асоси.
17. Норма ва норматив тушунчалари.
18. Корхона ва унинг ишлаб чиқариш фаолияти.
19. Стратегик режалаштириш жараёни.
20. Корхона этикаси

## «Бизнес - режа» фани бўйича аннотациялар

Ҳозирги кунда, замонавий шароитларда бизнес-режа туза олиш қобилияти тадбиркорликда муваффақиятга эришишнинг гарови ҳисобланади. Таклиф қилинаётган ўқув-услубий мажмуа ўқув-услубий мажму ўқув-услубий мажмуа да бизнес-режа корхонанинг ишлаб чиқариш соҳасидаги стратегияси, унинг моддий-техник ва молиявий (инвестиция) таъминоти ҳамда молиявий натижалари акс эттирилувчи асосий ҳужжат сифатида кўриб чиқилади. Иқтисодий ислохотлар ва замонавий бозор талабларини ҳисобга олган ҳолда инвестицион лойиҳа бизнес-режаси ва корхона бизнес-режаси ўртасидаги фарқларга алоҳида эътибор қаратилади.

Корхона бизнес-режасини, унинг асосий бўлимлари ва кўрсаткичларини тузиш услубияти, корхонанинг иқтисодий барқарорлигини таъминлаш, рискларни камайтириш ва бизнесда муваффақиятга эришишда бизнес-режанинг роли кўриб чиқилади.

Маърузалар матни иқтисодий мутахассисликлар бўйича таълим олаётган талабалар, аспирантлар ва ўқитувчилар, шунингдек, бизнес-режа масалалари билан қизиқувчи барча шахслар учун мўлжалланган.

Ушбу ишланмани янада бойитиш ва тўлдириш бўйича таклиф ва мулоҳазарингизни билдирсангиз, биз сиздан маъмнун бўлар эдик

## «Муаллифлар ҳақида маълумот МАЪЛУМОТ

1.	Фамилияси, исми, шарифи	Абдуллайива Зульфия Иззатовна	
2.	Асосий иш жойи ва эгаллаб турган лавозими	СамИСИ «Иктисодиёт» кафедраси	
3.	Маълумоти (қайси олий ўқув юртини қачон тугатган, мутахассислиги)	Олий, Самарқанд кооператив институтини 1996 йил савдо ва умумий оқитиланиш иктисодиёти ва бошқариш	
4.	Илмий даражаси (ихтисослик шифри ва номи, олинган муддати)	—	
5.	Илмий унвони (қайси кафедра ёки ихтисослик бўйича)		
6.	Умумий иш стажи жумладан, педагогик иш стажи	15 йил 9 йил педагог стаж	
7.		Жами	Охирги 5 йилда
	Илмий ишлар сони Шу жумладан:	25	21
	- дарслик	-	-
	- ўқув қўлланма	-	-
	- монографиялар ва рисолалар	-	-
	-услубий қўлланма (маърузалар курси)		
	-услубий кўрсатмалар		
	- журналларда чоп этилган мақолалар		
8.	Охирги 3 йилда малака оширган жойлари ва вақти (сертификат асосида)	СаМДУ – 2004 СаМ Четили институтини – 2005 Ўзбекистон Президенти жамғармаси малакали ўқитиш 2006	
9.	Қўшимча маълумотлар	Тош Давл Итисод унверситети-2007,2008	
10.	Кафедранинг тавсияси (берилган, берилмаган)		

## **«Бизнес - режа» фани бўйича фойдали маслаҳатлар**

«Бизнес-режа» ўқув фанини ўзлаштириш жараёнида амалга ошириладиган масалалар доирасида бакалавр:

-маълумотларни тўплаш, умумлаштириш ва таҳлил этиш, иқтисодий муносабатларнинг мазмун ва моҳиятини билиш, улардан фойдала олиш, илғор замонавий педагогик ва ахборот технологияларни эгаллаш ва қўллай олишни, хорижий тилларни мукамал ўрганиши ва амалиётда суҳбатлаша олишини *билиши керак*.

-қўйилган муоммоларга ўз фикрини эркин баён этиш, талабанинг маълумотларни тизимлаштириш, таҳлил қилиш, қиёслаш, ўрганилаётган тушунчалар (воқеалар, ҳодисалар, мавзулар ва бошқалар) ўртасидаги алоқалар ва ўзаро алоқаларга SWOT-таҳлилидан фойдаланган ҳолда муаммони ҳал этишни режалаштириши бўйича *кўникмаларга эга бўлиши керак*.

-компьютер ва ахборот технологиялардан фойдалана олишнинг амалий кўникмалари ҳақида, интернет тармоғидан фойдаланиш ҳақида, тақдимотлар тайёрлаш ҳақида, реферат тайёрлаш ҳақида, SWOT-таҳлили ҳақида, талабларни рейтинг баҳолаш тизими ҳақида, курс иши ва мустақил иш ҳақида *малакаларига эга бўлиши керак*.

## **«Бизнес-режа» фани бўйича норматив ҳужжатлар**

1. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. Т.: Ўзбекистон 1992.«Инвестиция фаолияти тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикасининг қонуни, 1998 йил 24 декабр
2. “Чет эллик инвесторлар ҳуқуқларининг кафолатлари ва уларни химоя қилиш чоралари тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикасининг қонуни.- 1998 йил 30 апрел
3. «Хусусий корхона тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикасининг қонуни 2003 йил 11 декабр.
4. «Суғурта фаолияти тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикасининг қонуни 2002 йил 5 апрел.
5. «Кредит уюшмалари тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикасининг қонуни 2002 йил 4 апрел.
6. «Тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикасининг қонуни 2000 йил 25 май.
7. Ўзбекистон Республикасининг Солиқ кодекси. «Халқ сўзи» газетаси, 2002 йил 9 январ, №6
8. «Банк тизимини янада ислох қилиш ва эркинлаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори, 2005 йил 15 апрел.
9. «Тугридан-тугри хусусий хорижий инвестицияларни жалб этишни рағбатлантириш борасидаги қушимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони 2005 йил 11 апрел.
- 10.«Тадбиркорлик субъектларини ҳуқуқий химоя қилиш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони. 2005 йил 14 июн.
- 11.«Микрофирмалар ва кичик корхоналарни ривожлантиришни рағбатлантириш борасидаги қушимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони, 2005 йил 20 июн.
- 12.«Тадбиркорлик субъектларининг ҳужалик соҳасидаги ҳуқуқбузарликлари учун молиявий жавобгарлигини эркинлаштириш тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони , 2005 йил 24 июн.
13. «Хорижий инвестицияли корхоналарни ташкил этиш ва фаолиятини рағбатлантириш бўйича қушимча чора-тадбирлар тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони 31.05.96 й.УП-1467 сонли
- 14.Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари –Т.: Ўзбекистон, 2009.
- 15.Асосий вазифамиз – Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир. – Президент Ислам Каримовнинг 2009 йилнинг асосий яқунлари ва 2010 йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2010 йил 30 январь.

16. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва кучли фуқаролик жамияти барпо этиш – устувор мақсадимиздир. – Президент Ислам Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2010 йил 28 январь.
1. Каримов И.А. Барча режа ва дастурларимиз ватанимиз тараққиётини юксалтириш, халқимиз фаровонлигини оширишга хизмат қилади. Президент Ислам Каримовнинг 2010 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2011 йилга мўлжалланган энг муҳим устувор йўналишларга бағишланган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси мажлисидаги маърузаси. - Халқ сўзи. 2011 йил 22 январь.

## **«Бизнес-режа» фанидан баҳолаш мезони**

### **БАХОЛАШ МЕЗОНИ**

Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг 2010 йил 25 августдаги 333-сонли буйруғи билан тасдиқланган “Олий таълим муассасаларида талабалар билимини баҳолашнинг рейтинг тизими тўғрисида муваққат Низом”да белгиланганидек, “Бизнес-режа” фанидан талабаларнинг билимини баҳолаш мунтазам равишда олиб борилади ва қуйидаги турлар орқали амалга оширилади:

Жорий баҳолаш 35 балл(ЖБ);

Оралик баҳолаш 35 балл(ОБ);

Якуний баҳолаш 30 балл(ЯБ).

“Бизнес-режа” фани бўйича талабанинг семестр давомидаги ўзлаштириш кўрсаткичи 100 балл тизимида баҳоланади. Ушбу 100 балл баҳолаш турлари бўйича қуйидагича тақсимланади:

Жорий ва оралик назоратларга – 70 балл (фаннинг хусусиятидан келиб чиққан ҳолда 70 балл кафедра томонидан 35 балл жорий ва 35 балл оралик назоратларга тақсимланади)

Якуний назоратга – 30 балл тақсимланади.

Жорий баҳолаш бўйича амалий машғулотлар учун ажратилган ҳар бир мавзу бўйича талабанинг адабиётлардан олган конспекти, билими, мустақил ижодий фикр-мулоҳазалари, амалий жадвал ва топшириқларни ечиши, мустақил иши натижалари ва амалий кўникмаларини аниқлаб бориш назарда тутилади ва у амалий машғулотларда амалга оширилади.

Оралик баҳолаш семестр давомида 2 даврада ўтказилади. Талабаларнинг билими биринчи даврада фаннинг 1 оралик мавзуларини қамраб олган қисми бўйича, иккинчи даврада фаннинг 2 оралик мавзуларини қамраб олган қисми доирасида баҳоланади. Оралик баҳолашда талабаларнинг ўзлаштириш кўрсаткичи маърузалар ўтилган мавзулар бўйича оғзаки, ёзма иш, тест ўтказиш усуллари ва талабанинг мустақил иши назарда тутилган ҳолда баҳоланади.

Якуний баҳолаш семестр якунида ўтказилиб, якуний баҳолашда талабанинг билим, кўникма ва малакалари ишчи ўқув дастуридан келиб чиққан ҳолда фаннинг умумий мазмуни доирасида баҳоланади. Якуний баҳолаш оғзаки сўраш, амалий топшириқларни мустақил ечиш, суҳбат, ёзма иш ёки тест ўтказиш усулида амалга оширилади.

#### **Баҳолаш тартиби ва мезонлари**

1. Талабларнинг билим савияси, кўникма ва малакаларини назорат қилишнинг рейтинг тизими асосида талабларнинг ҳар бир фан бўйича ўзлаштириш даражаси баллар орқали ифодаланади.

2. Ҳар бир фан бўйича талабанинг семестр давомида ўзлаштириш кўрсаткичи 100 баллик тизимда баҳоланади.

3. Талабанинг рейтинг дафтарчасига алоҳида қайд қилинадиган курс иши (лойиҳаси, ҳисоб-график ишлари), малакавий амалиёт, фан (фанлараро) бўйича якуний давлат аттестацияси, битирув малакавий иши ва магистратура

талабаларининг илмий-тадқиқот ва илмий-педагогик ишлари, магистрлик диссертацияси бўйича ўзлаштириш даражаси-100 баллик тизимда баҳоланади

**4.** Талабанинг фан бўйича ўзлаштириш кўрсаткичини назорат қилишда қуйидаги намунавий мезонлар (кейинги ўринларда мезонлар деб юритилади) тавсия этилади.

**“Бизнес - режа”фани бўйича талабаларнинг билимларини баҳолашда қуйидаги намунавий мезонлар инобатга олинади**

<b>Балл</b>	<b>Баҳо</b>	<b>Талабанинг билим даражаси</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
86-100	“Аъло”	<p><b>“Бизнес-режа”</b>фанининг объекти, предмети, усуллари, мақсади ва вазифаларини, унинг хўжалик механизмини моҳияти ва мазмунини, савдо корхоналари ресурслари, ҳажмий ва сифат кўрсаткичлари ҳақида тўлиқ тушунчага эга бўлиш, уларни таҳлил қилиш ва режалаштириш усулларини билиш, ҳисоблаш кўникмаларига эга бўлиши ва амалиётга қўллай билиши лозим.</p> <p>Ўзбекистонда туризмни жаҳон молиявий иқтисодий инқирози шароитида ривожланиш тенденцияларини, инқирозга қарши қандай чоралар кўриш йўлларини билиши шарт.</p>
71-85	“Яхши”	<p><b>“Бизнес-режа”</b>фанининг объекти, предмети, усуллари, мақсади ва вазифаларини, унинг хўжалик механизмини моҳияти ва мазмунини, туризм корхоналари ресурслари, ҳажмий ва сифат кўрсаткичлари ҳақида етарлича тушунчага эга бўлиш, уларни таҳлил қилиш ва режалаштириш усулларини етарли даражада билиш, ҳисоблаш кўникмаларига эга бўлиши ва амалиётга қўллай билиши лозим.</p>
55-70	“Қониқарли”	<p><b>“Бизнес-режа”</b>фанининг объекти, предмети, усуллари, мақсади ва вазифаларини, унинг хўжалик механизмини моҳияти ва мазмунини, савдо корхоналари ресурслари, ҳажмий ва сифат кўрсаткичлари ҳақида умумий тушунчага эга бўлиш, уларни таҳлил қилиш ва режалаштириш усулларини умуман билиши, ҳисоблаш кўникмаларига эга бўлиши ва амалиётга қўллай билиши лозим.</p>
0-54	“Қониқарсиз”	<p><b>“Бизнес-режа”</b>фанининг объекти, предмети, усуллари, мақсади ва вазифаларини, унинг хўжалик механизмини моҳияти ва мазмунини, туризмкорхоналари ресурслари, ҳажмий ва сифат кўрсаткичлари ҳақида билимга эга бўлмаса, уларни таҳлил қилиш ва режалаштириш усулларини билмаса, ҳисоблаш кўникмаларига эга бўлмаса ва амалиётда уларни ишлатиш йўлларини билмаса.</p>

